ICC
INTERCOMMUNICATION CENTER

NTT
東日本

モーリス・ベナユン(フランス)
近森 基(日本)
ジャン=マリ・ダレ(フランス)
ケン・ゴールドバーグ+
ランダル・パッカー+
ヴォイツェ・マトゥーシク+
グレゴリー・クーン(アメリカ)
ペリー・ホバーマン(アメリカ)
エドゥアルド・カック(ブラジル)
マーティン・リッチズ(イギリス)
ダグラス・エドリック・スタンレー(アメリカ)
スタジオ・アッズーロ(イタリア)
グラハム・ワインブレン(イギリス)
Maurice BENAYOUN (France)
CHIKAMORI Motoshi (Japan)
Jean-Marie DALLET (France)
Ken GOLDBERG and
Randall PACKER and
Wojciech MATUSIK and
Gregory KUHN (USA)
Perry HOBERMAN (USA)
Eduardo KAC (Brazil)
Martin RICHES (UK)
Douglas Edric STANLEY (USA)
Studio Azzurro (Italy)
Grahame WEINBREN (UK)

ICC BIENNALE '99 | Interaction

「ICCビエンナーレ」とは、メディア・アートの分野における新しい表現の可能性を追求し、優れた新人の発掘・育成・支援を目的とした隔年ごとに開催される指名制による公募展です。

ICC ビエンナーレ '99 | インタラクション

1999年10月15日(金)–11月28日(日) NTTインターコミュニケーション・センター[ICC]

ギャラリー A,D(一部作品はギャラリー Bに展示されます。) 開館時間:10:00am–6:00pm(金曜日のみ9:00pmまで)入館は閉館の30分前まで
休館日:月曜日 入場料(常設展入場料含む・税込):一般800(600)円/大高生600(450)円/中小生400(300)円 ( )内は15名様以上の団体料金、シアターは無料
主催:NTTインターコミュニケーション・センター[ICC] 〒163-1404 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー4階 京王新線 初台駅東口から徒歩2分
お問い合わせ: 0120-144199 E-mail:query@ntticc.or.jp URL:http://www.ntticc.or.jp/

文字のアウトラインデータが抽出可能

Adobe Acrobat 4.0日本語版でフォントのエンベッド（埋め込み）が可能

フォント自体

●New CID低・高解像度ATMフォント発売中 ●OCFフォントの販売中止時期：2000年2月末 ●OCFフォントのサポート中止時期：2001年7月末 ●New CIDへの無償バージョンアップ対象品のバージョンアップ申込受付期間：2000年2月末 ●New CIDへの有償バージョンアップ対象品のバージョンアップ申込受付期間：2000年7月末 ●New CIDフォント価格：低解像度用1200dpi以下＝¥29,000（ATM含まず）／高解像度用1201dpi以上＝¥229,000（低・ATM含まず）／ATM専用版＝¥20,000

CID

フォントの
インストールを
簡素化

字体置き換え機能（JIS83、JIS78、旧字体等）を搭載

NEW CIDへのバージョンアップの申し込みをただ今受け付け中

1台のMacintoshでOCFフォントとの共存ができ識別が可能

マルチメディアへの
対応可能
なシステムで、CD-ROMやインターネット等での電子配信にも対応でき、無駄のないデータ活用が可能

文字アウトラインのラスタライズが高速化

NEW CID低解像度／高解像度フォントのリリース開始済

OCFフォントに比べフォントデータやファイルの構造がシンプルになったため

メモリ容量の消費を少なく抑えることが可能

CID対応アプリケーション及びプリンターを併用することにより、最高のパフォーマンスを発揮

未来を担うモリサワフォント

●毛筆のなごりを残しながらも彫刻刀の冴えを左右のハライや点に生かしたスタンダードな明朝体「リュウミンファミリー」 ●シャープな線率の太明朝体「太ミンA101」 ●格調と風格の見出明朝体「見出ミンMA31」 ●スタンダードな中ゴシック体「中ゴシックBBB」 ●人気のゴシック体「見出ゴMB31」 ●筆の強さと美しさが調和した楷書体「新正楷書CBSK1」 ●カジュアルでポップな雰囲気の丸ゴシック体「じゅんシリーズ」 ●シンプルな骨格が生きる現代的なゴシック体「新ゴ ファミリー」 ●伝統的なゴシック体の風格を生かしつつ、現代性を兼ね備えた骨太な表情「ゴシックMB101ファミリー」 ●親しみやすく読みやすい教育分野のあらゆる書籍にお応えする「教科書体ICAファミリー」 ●メディア：2HD FD＋CD-ROM（注：FDドライブ、CD-ROMドライブが必要、但し条件あり） ●推奨システム：Power PCプロセッサーを搭載したMacintosh及びPower Macintosh／漢字Talk7.5以降または、Mac-OS 8.0以降／32MBのRAM／ハードドライブを備えたMacintoshコンピューター／CD-ROMドライブ／フロッピードライブ

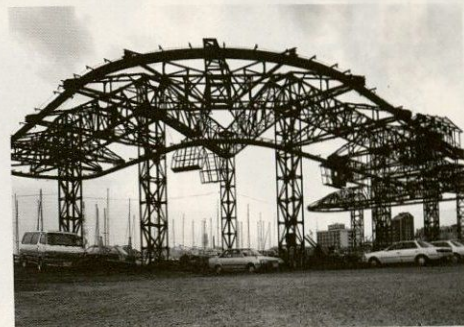
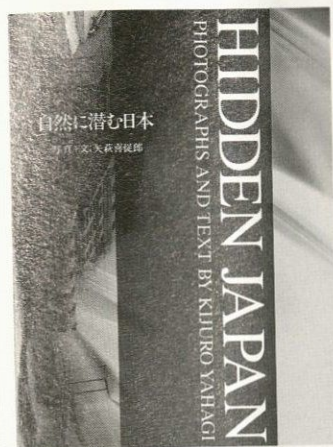
ABC DE SIGNE
AdeS PUBLISHING INC.

アー・ドゥ・エス パブリシングの本

株式会社 アー・ドゥ・エス パブリシング
〒150-0071 東京都渋谷区本町1-37-1-202
電話 03-3375-9591 FAX 03-3374-2459

『HIDDEN JAPAN−自然に潜む日本』

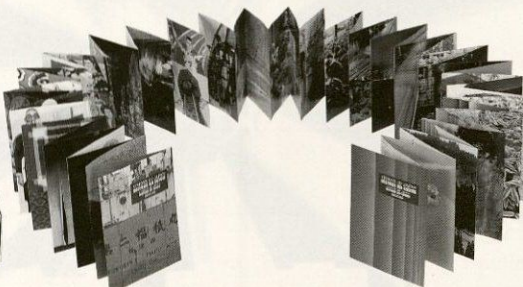
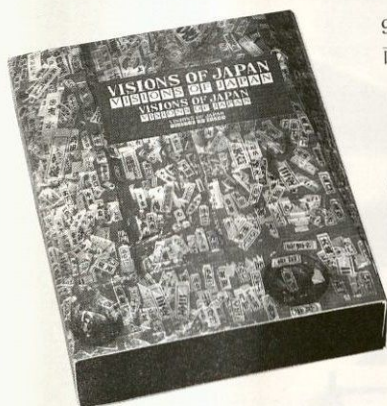
写真+文+デザイン：矢萩喜従郎 税込価格=7,800円 A4判変/196頁/上製/箱入 撮下写真115点 新装版8月1日発売

無数の日本論から遠く離れ、矢萩喜従郎は無意識の日本の地下水脈をすくいとろうとする。ここにあふれだしているのは、いまだかつて誰も撮りおさえたことのない多義的で、透明な日本の気配であり、夢のように震え、ざわめく日本という現象のたたずまいである。そこには驚くほど柔軟で、直感的で流動する視線が吸い寄せた未知の日本の多様な要素が鏡の王国のポリフォニーを清冽に奏でている。 伊藤俊治

今年から国際交流基金の海外巡回展としても世界各地で開催されている。新しい視点から現代日本の自然を捉えた写真集

国際交流基金 海外巡回展ツアー中

『VISIONS OF JAPAN』ヴィジョンズ・オブ・ジャパン

企画+写真+デザイン：矢萩喜従郎
税込価格=12,232円 A4判変上製/箱入

94年以来、ロングセラーを続けるロンドンでのジャパン・フェスティバル展公式カタログ。根強い人気の稀有な日本紹介本。日本紹介写真集は両面で約24メートルに及ぶ壮大なパノラマ。日本文化に手で触れられる驚きの現物張り込み付写真版、23種とテキスト付の豪華三冊セット。

『FH Represent』Recent Photo Essay Series | アー・ドゥ・エス パブリシングの建築シリーズ

『FH Represent 2 /Johannes Duiker』ヨハネス・ダイカー

「オランダ新建築」のディメンション、国際様式との隙間

企画+写真+デザイン：矢萩喜従郎 テキスト：ヤン・モレマ（デルフト工科大学教授）
税込価格=1,800円 並製・撮下し写真60点/図版12点・A5判変/56ページ オランダ近代建築運動の先駆者として著名なヨハネス・ダイカー［1890-1935］。ダイカー研究の第一人者モレマ教授のテキスト、日本ではじめて全体像を紹介した単行本。「新建築 住宅特集」「SD」他専門誌の書評欄掲載。

『FH Represent 1/Giuseppe Terragni』ジュゼッペ・テッラーニ

「イタリア合理主義」建築の光と影

企画+写真+デザイン：矢萩喜従郎 テキスト：赤堀忍、鹿野正樹
税込価格=1,600円 並製・撮下し写真45点・A5判変/48ページ イタリア合理主義の巨匠ジュゼッペ・テッラーニ［1904-1939］の名作を網羅した、珠玉の建築作品集。
「新建築」「新建築 住宅特集」「建築文化」「a+u」「SD」など各専門誌の書評欄掲載。

IDEA
INTERNATIONAL
GRAPHIC ART

Vol. 47 No.277
1999 -11

アイデア 277

contents

1999年11月1日発行 (毎号偶数月10日発売)
第47巻6号·通巻第277号
定価2910円 (本体2771円)
国内年間購読料19,790円 (税·送料込)

Sept. 1999/Vol. 47, No.277/Bi-monthly
Price per copy: ¥2771

For one-year overseas subscriptions,
Please inquire our sales agent directly. Nippan IPS Co., Ltd.
Fax: +81 (3) 3238-7944

発行人: 瀧田 実
編集人: 吉田洋介
編集長: 小関 学
編 集: 室賀清徳

発行所: 株式会社 誠文堂新光社
〒113-0033 東京都文京区本郷3-3-11
編集 / Tel: 03-5805-7763 Fax: 03-5805-7766
広告 / Tel: 03-5800-5757 Fax: 03-5800-5721
販売 / Tel: 03-5800-5780 Fax: 03-5800-5781

誠文堂新光社 ホームページアドレス:
http://www.seibundo-net.co.jp/

印刷所: 錦プロデューサーズ株式会社
大日本印刷株式会社

レイアウト: アイデア編集部

翻訳: 青木俊夫, 日笠千晶, 岩井恵美, 奥田由意
編集協力: 今竹 翠

Publisher: Minoru Takita
Editorial Director: Yosuke Yoshida
Editor in Chief: Manabu Koseki
Senior Editor: Kiyonori Muroga

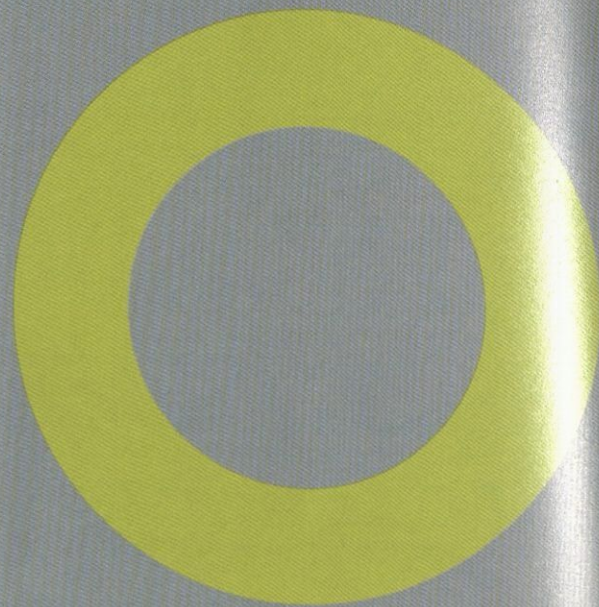
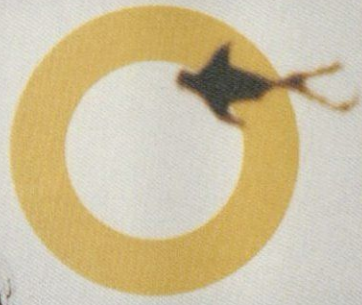
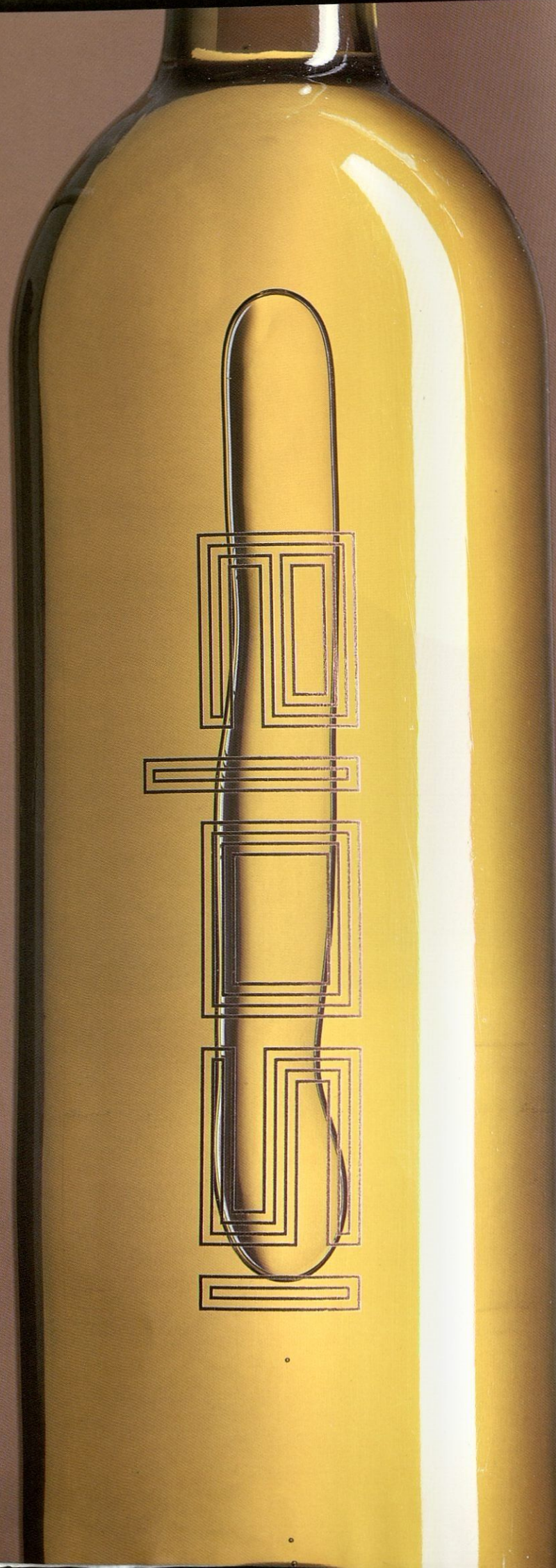
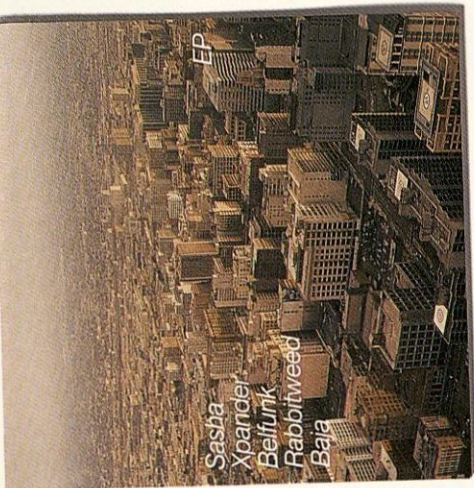
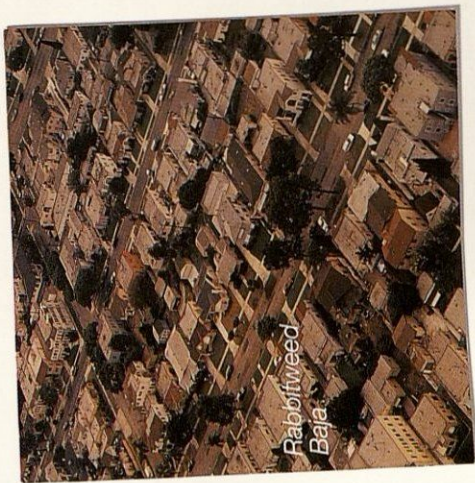
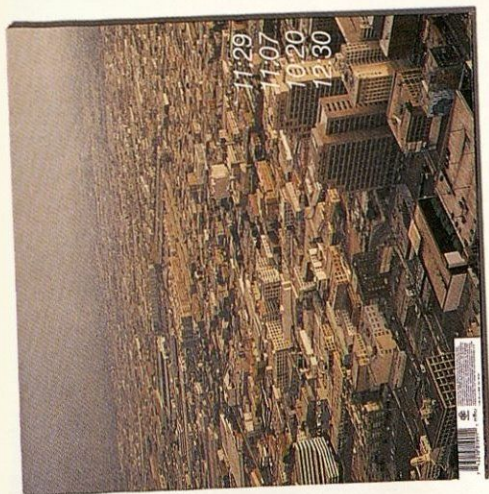
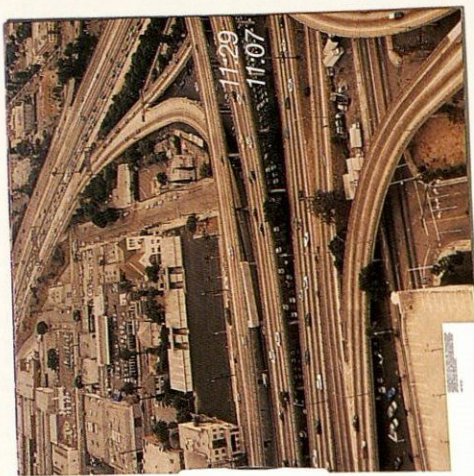
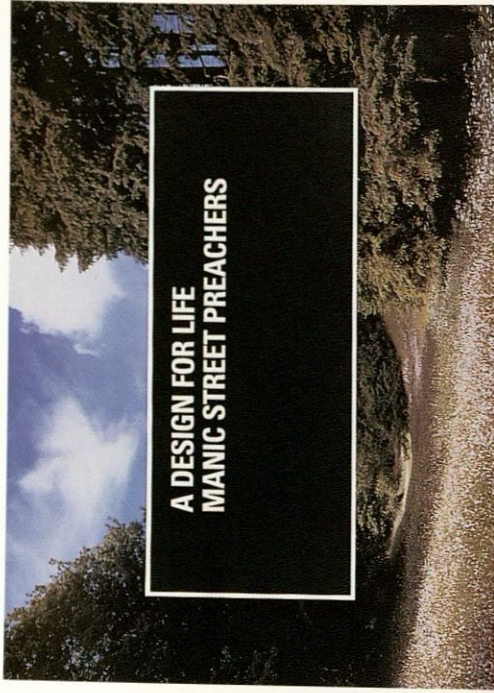
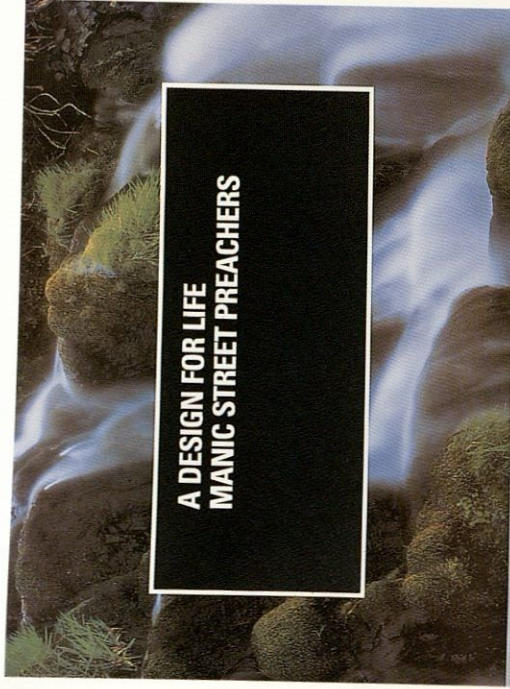
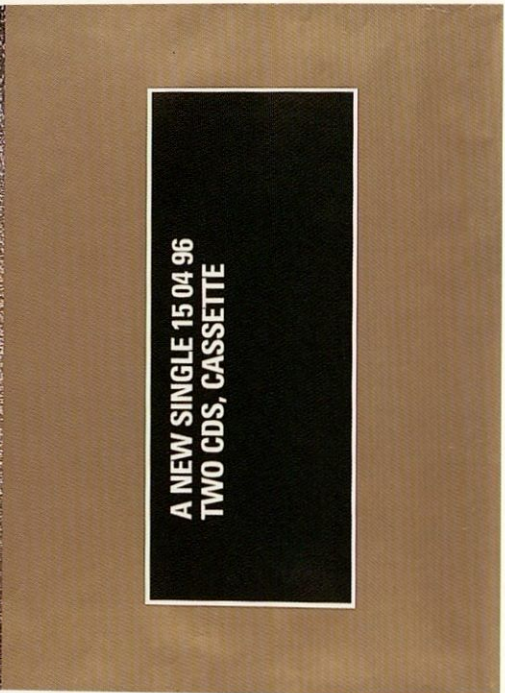
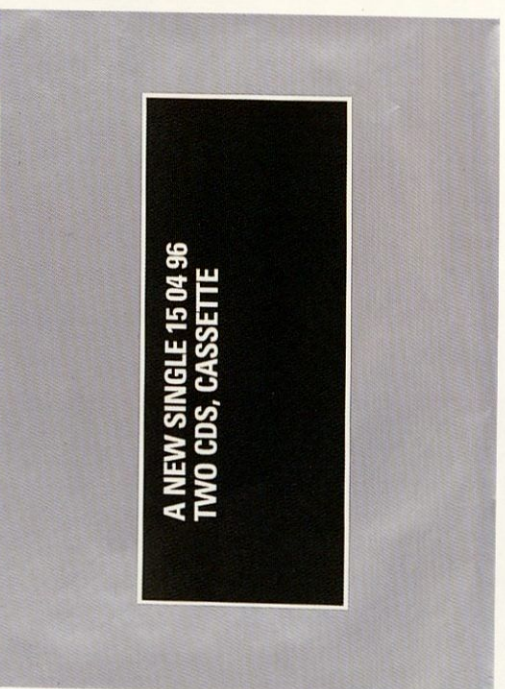
Published by
Seibundo Shinkosha Publishing Co., Ltd.
3-3-11 Hongo, Bunkyoku, Tokyo 113-0033, Japan
Fax: +81-3-5805-7766
e-mail: idea@tokyo.email.ne.jp

Printers:
Nishiki Producers Co., Ltd.
Dai-Nippon Printing Co., Ltd.

Layout: IDEA Editorial Staff
Translations: Toshio Aoki, Chiaki Hikasa, Emi Iwai, Yui Okuda
Editorial Cooperation: Midori Imatake

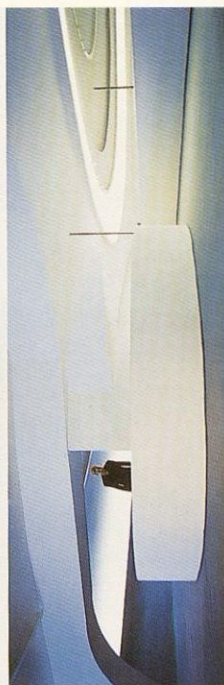
Cover Design: Farrow Design (UK)

30 pages
of work
from
farrow design london

Released
08 03 99
Available on
2xCD and 12"
Orbital
Style
Released
05 07 99
Available on
2xCD and 12"
Orbital
Nothing
Left

Orbital
The Middle
Of Nowhere
Coins & Cards
Coins & Cards
BT

Sasha
Xpander
Belfunk
Rabbitweed
Baja
EP
11:29
11:07
10:20
12:30
Xpander
Belfunk
11:29
11:07
Rabbitweed
Baja
10:20
12:30

A DESIGN FOR LIFE
MANIC STREET PREACHERS
A NEW SINGLE 15 04 96
TWO CDS, CASSETTE
A DESIGN FOR LIFE
MANIC STREET PREACHERS
A NEW SINGLE 15 04 96
TWO CDS, CASSETTE

home™

abcdefghijklmnopqrstuvw xyz
ßfifl¡¿ ⃞ ⃞ \/ ™,.:; 0123456789 %←→
↓↑ @£!$%^_+=-→←? underline

home 51°30'n 0°07'w london™
home 33°52's 151°12'e sydney™
home 40°47'n 73°58'w new york™

abc
The new single
Stranger things 10/03/97

VIVID DREAMS RISE UP
INCLUDES REMIX BY ORIGIN UNKNOWN
03 06 96

Dave Clarke Archive one
Break seal for access

Viva
Fifteen years of Haçienda nights
Triple CD set of the classic tracks
that defined club culture.

Haç 1551

82–86

87–91

92–97

82–86
87–91
92–97

ATLANTIC
DICK'S BAR
mash
air

deepdishjunkscience

0102.190209.280307.
160404.470507.1006
03.510707.520804.05
0906.521002.551110.
281205.161305.29

Spiritualized®
Ladies and gentlemen we are floating in space
8 P
DEDCD 03A
Spiritualized®

somewhere
petshopboys
in concert

Design: Farrow Design/J. Spaceman.
Photograph: taken from 5,000 ft above
the Royal Albert Hall, London.

30 pages of work from farrow design london

cover

10	12	14	16	18	20
11	13	15	17	19	21
22	24	26	28	30	32
23	25	27	29	31	33
34	36				
35	37				

cover
home
home corp

elements from 'home' identity

page 6
muzik masters
deconstruction/muzik magazine

packaging for triple cassette and cd, each surface is covered in a different wood finnish and was a deliberate move away from 'rave' graphics.

8/9
orbital
orbital/london records

middle of nowhere back lit poster. graphic versions of orbital single posters, for each release the colour of the 'o' changes.

10/11
kylie
kylie/booth-clibborn editions

cover for a book about kylie minogue, kylie's arm appears life size on the slip case. this is the first full book we have designed and is out in october. cover photograph john ross.

12
isola
gruppo

olive oil bottle featuring the logo from a new restaurant identity which opens in the autumn in london. isola means 'island' in italian.

13
sasha
deconstruction

double 12" packaging for sasha on deconstruction records. photographs of los angeles by nick clague.

14
manic street preachers
epic records

posters for the single a design for life.

15
home
home corp

elements from 'home' an identity for a new global club concept. each venue is distinguished by its geographical grid reference. the identity is typographic and uses a typeface designed specifically for the project.

16
cream birthday
cream

photograph from cream seventh birthday advertising showing the logo used as a party game, each advertisement that appeared used a different image. photographer valerie phillips.

17
abc
blatant/deconstruction

poster for the single stranger things. photograph taken in museu de art contemporânea, designed by oscar niemeyer, brazil. photograph andy earl

17
vivid dreams
deconstruction
poster for the single rise up

18
archive one
deconstruction

sealed cd packaging which is accessed by tearing a perforated orange strip.

19
sadie coles hq
sadie coles

identity for sadie coles hq an art gallery in london. invitations to each show contain an image by the artist who also picks the colour for the outside of the card.

20/21
viva haçienda
deconstruction

promo packaging for viva haçienda an album which presented a musical history of 15 years of the famous manchester club.

22
manic street preachers
epic records

street fly poster for the album this is my truth tell me yours. photographer andy earl.

23
truth
valley boy

tour book for manic street preachers. this was designed in a large format 315mm x 495mm. sold folded throughout the tour. photographer andy earl.

24
music conference cd
deconstruction

a promotional cd featuring acts signed to deconstruction records. all of the information is printed in florescent green directly onto the cd box.

25
matches
gruppo

a selection of matches from various restaurant identities.

26/27
deep dish
deconstruction

cd packaging for the album junk science, the track numbers and times are represented by the depth of the coloured liquids in each test tube. this numerical code was also used for promotional items. photographer john ross.

28/29
spiritualized
dedicated

blister pack for ladies and gentlemen we are floating in space. all of the packaging took place in the sterile surroundings of a pharmaceutical plant.

30/31
pet shop boys somewhere
psbp

pet shop boys played a season of shows in london's theatre land for which we developed a typeface which was used for a neon sign above the theatre and on the merchandise.

32/33
spiritualized
dedicated

packaging for the album live at the albert hall features an aerial photograph of london with the venue of the concert circled by ⊚ symbol of their logo. the logo was blocked in iridescent foil to echo the bands spectacular light show.

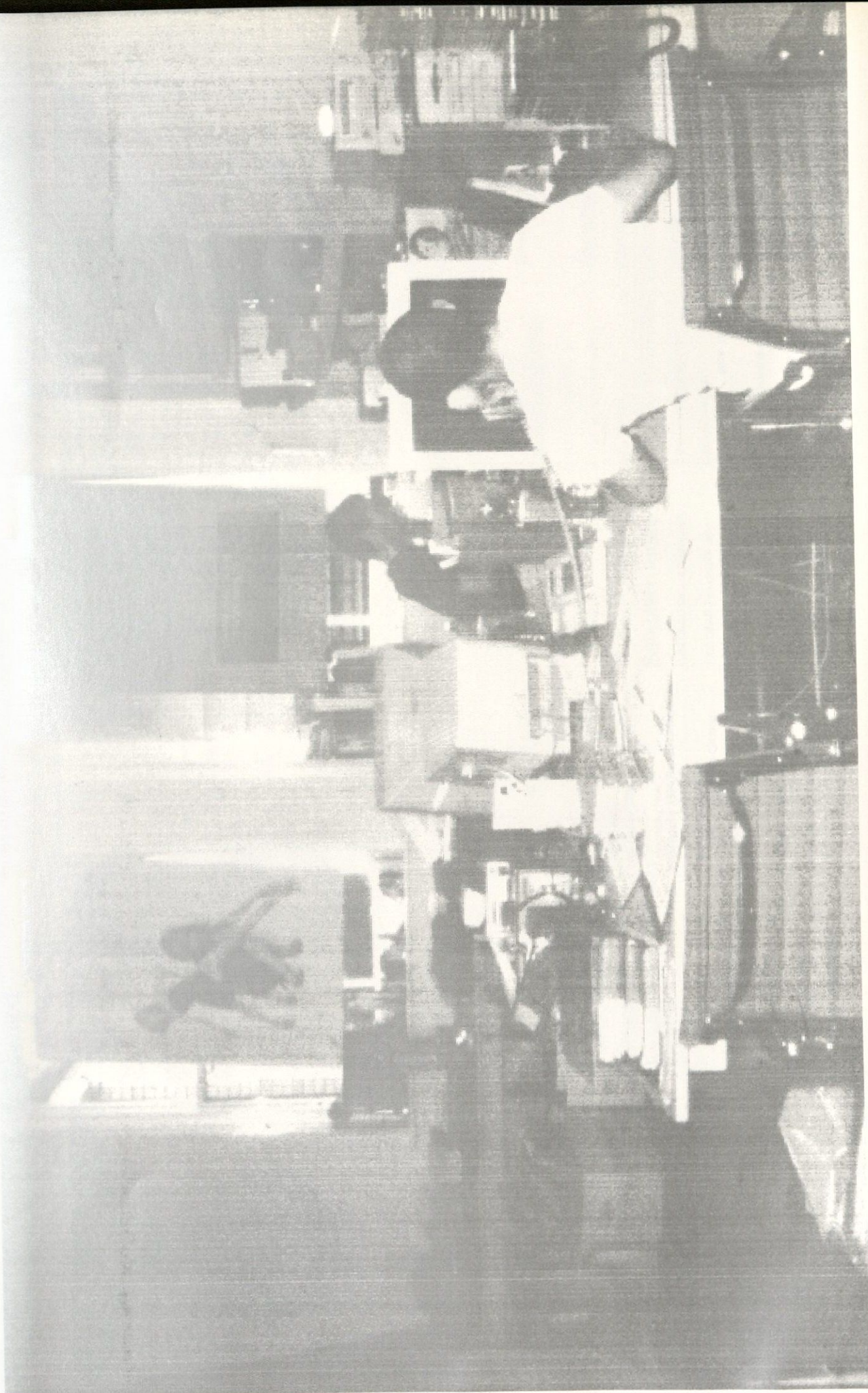
typeset in home roman

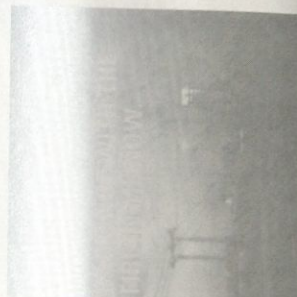
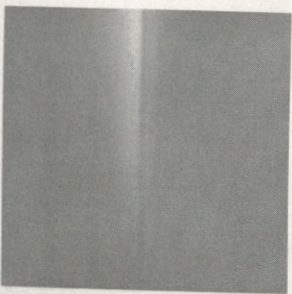
farrow design are
mark farrow
jonathon jeffrey
gary stillwell
nick tweedie

pack photography john ross

30 pages
of work
from
farrow design london

cf. IDEA
No. 250 "Design X" 1995 -05
No. 263 "Post Chaotic but Pre Chaotic Design" 1996 -07

Afterword for Farrow Design

FD Studio -Great Portland Street, London

Manic Street Preachers
CD outer + inner sleeve

If You Tolerate This Your Children Will Be Next	666345 2 / 666345 5
The Everlasting	666686 2 / 666686 5
You Stole The Sun From My Heart	666953 2 / 666953 5
Tsunami	667411 2 / 667411 5

Designed by Farrow Design

Polaroids by	Mitch Ikeda
Nicky Wire	666686 2 / 666686 5
666345 2 / 666345 5	667411 2 / 667411 5
666953 2 (inner) / 666953 5 (inner)	666953 2 (outer) / 666953 5 (outer)

Orbital
The Middle Of Nowhere

556 076-1
07314 556 076-1(1)

Minimalist or post chaotic. Many discourses on Farrow Design went around. Their work has often been referred to as one of the counter forces against the chaotic design, which accompanied with the digital revolution in terms of both industrial and aesthetic aspect. For past several years, almost all the discourses about graphic design were/still has been talked on the basis of the structure of confrontation between order and chaos.
But those discourses are apparently getting to be out of date and a kind of Mannerism has came after the fuss. Now is the time for judgement on the real merit of Design.
"I like to think our work transcends graphic fashions. So our work may be 'Post Chaotic' but it is also 'Pre chaotic'. " once explained Mark Farrow. Now the situation is just as he expected. As you see, Works from Farrow Design proves universality beyond chaos and order.

Minimalism in their work may be the most popular topic. They often adopt a technique of variation , making difference and repetition especially in series of CD covers as seen in those of Manic Street Preachers. Although every one of them is a simply finished piece, it makes a certain exquisite composition when collected altogether. More element of the set, more delicate whole it would be.
On the other hand, he bring surprising idea into a sole work; the jacket of Spiritualized imitating an aspirin tablet, Dave Clarke's inventive paper package and so on.
There consistently exist the microcosmos of series and permutation and the perfect monus in their world of design.
Moreover, images in their work don't separate from the medium. For example, color which is evenly painted all over is stuck to the paper and the whole graphic image never converge in the representation. It is neither an illusion nor object and has the retentive character between material and idea.
But their design is released into our world at the point that we are pleased with it.

It makes us happy, after all.

Mark Farrow,a founder of Farrow Design, started his career as designer in early 1980's when he worked for Factory records and club Haçienda in Manchester his born place. In 1986 he moved to London and worked with XL records and Deconstruction label, where he began designing for Pet Shop Boys. Around that time, he teamed up the antecedent of Farrow Design which was founded several years later.
Their studio is now located in a building on St. Portland Street, Oxford Circus. On the ground floor, there are bar/restaurant MASH which Farrow Design undertook its graphic identities. It immediately proves Farrow Design's ability and possibility to whoever visit there.
This summer, I fortunately had an opportunity to visit their studio. The atmosphere in the studio was slightly keen and all the members worked seriously. Farrow Design must be one of the busiest studio which I have seen in London.
For my impudent request to show some unreleased experimental works, they kindly showed me an identity project for a F-1 racing team; painting on car, uniforms and other goods. It is regrettable that I can't show it here and the project wasn't realized. But I was quite excited for their idea, ambition and range of interest.
Sitting at the window, Mark seemed to think something over and over in his head, drawing some rough sketch. On his desk, there were proof sheets of Kylie picture book which is published by Booth-Clibborn in October. Its cover design will be an elaborate one. There are still many projects in progress; the identities for the club 'home' as seen in this article, new album campaign for Pet Shop Boys, and so on.
The god of design seems not to have mind to give them rest for the time being.

(Ed. KM)

ミニマリスト，あるいはポスト・カオティック。ファローデザインを巡ってはすでに多くの言説が存在する。彼の仕事は今までデザインの産業的，美的デジタル革命に伴うカオスとオーダーの対立構造の言説の中で，カオスに対抗する力の一つとして語られてきた。もちろん，ファローだけではない。凡そすべてのグラフィックデザインはこの言説に巻き込まれ（た／ている）。そして，グラフィックデザイン界を巡るカオスの波はどうやら過ぎ去った。以後のマニエリスモ（manierism）が蔓延する現在こそ，デザインの力の真価が問われるときではないだろうか。
数年前ファローは「私たちの作品がグラフィックデザインの流行を超えたところにあるものだと思いたい」と語っていた。
果たして，その言葉は真実であったようである。Farrow Designのデザイン・ワークにはある種のユニバーサリティがあることを，冒頭の30Pは語っている。

しばしば言われることであるが，彼の仕事はミニマルである。例えばマニック・ストリート・プリーチャーズその他のシングルに顕著であるように，一つのシンプルなフォーマットをベースにして，差異と反復のヴァリエーションを織りなす手法を彼らはしばしば用いる。一つ一つの構成に隙のないデザインが複数個そろうことで，さらなる全体のコンポジションが立ち現れ，集合の要素が増えるほど，より豊かな全体になる。その一方で，彼は一点物の仕事では意外なアイデアを導入する。SpiritualizedのＣＤでは錠剤のパッケージを模し，Dave Clarkeでは独創的な紙パッケージを使用した。
彼のデザイン世界には連続と順列によって形成されるミクロコスモスと，完全なるモナスの両者がある。
また，彼の作品はCDのみならずポスターにしろ，冊子にしろ，それがどんなに平面のものであっても，決してイメージだけが遊離してくることはない。例えば，単一に塗られたインクの色は紙に根を下ろしていて，グラフィックが何かの表象として，我々の概念に回収されることはない。物質と概念の間にある像の継持性という点で，存在性を発揮している。それが印刷されている物体—たいていは紙だが—を含めて，いずれも，オブジェというよりはテクスチャー感において，持っていて嬉しくなるようなパッケージである。嬉しくなる。なるほど，完成された彼のデザインはその点に置いて，我々に解放されてくる。

Farrow Designの創設者，マーク・ファローは1980年初頭，出生地マンチェスターのファクトリーレコード，及びハシエンダというクラブの仕事からキャリアをスタートさせた。彼は初めてのジャケットデザインでD&AD賞を受賞する。1986年，ロンドンに仕事の場を移した彼はXLレコードやデコンストラクション・レーベルの仕事を手がけはじめ，Pet Shop Boysをはじめとする多くのミュージシャンの仕事に関わっていく。その頃知り合ったメンバー達とFarrow Designの前身となるチームを組み，現在に引き継がれている。
現在，ファローデザインのスタジオはロンドンの繁華街，オックスフォードサーカスはグレートポートランド・ストリート沿いのビルにある。一階には彼らがアイデンティテ関連のデザインをしたカフェ／バー「MASH」が入っている。白とオレンジを基調にしたこの店の上が，数々の創作の現場である。ファローデザインはCDのみに留まらない。むしろCDは彼らの全体活動のあくまでも一環なのだ。何でも直観的に面白いことが彼らの信条である。チームとして，それぞれのタレントが上手く生きていることの証でもあろう。
この夏，彼らのスタジオを訪れる機会があった。半年ほど前に越してきたという彼らのスタジオは，４人を収納するには十分なスペースで，こぎれいにまとまっている。締め切りが近いせいか，ちょっとした緊張感に包まれていた。未発表の実験作品を見せてくれとの厚かましいお願いに，彼らはF1レーシングチームのアイデンティティー・プロジェクト・プランを見せてくれた。残念ながらここではお見せできないが，黄色とグレイをベースにした優美なデザインで，ボディはもちろん，チーム・ユニフォーム，関連グッズまで丁寧にデザインされていた。このプランが実現しなかったことは我々にとっても残念だが，とにかくその着想は非常に刺激的だった。ファローは窓際の席で通りを眺めながら，頭の中で猛烈にアイデアを練っているようであった。彼の机の上には，この10月にBooth-Clibbornからリリースされるカイリー・ミノーグの本の校正刷りが積まれていた。この本は様々なアーティスト，デザイナー，写真家たちによるカイリーへのトリビュート作品集である。装丁はまた凝ったものになるらしい。他のプロジェクトとしては今回の表紙にも使われているクラブ「home」の為のアイデンティティデザインや，Pet Shop Boysの新譜その他多くが進行中である。当分，彼らに安息の日は訪れそうにない。（編集部　室賀）

30 pages of work from farrow design london

cover
[対応図はp.39参照]

10	12	14	16	18	20
11	13	15	17	19	21
22	24	26	28	30	32
23	25	27	29	31	33
34	36				
35	37				

cover
home
home corp

home corpのためのアイデンティティデザインのエレメントを用いて構成

page 10
muzik masters
deconstruction/muzik magazine

三枚組カセットとCDのためのパッケージ。それぞれ違った材質の木(木目)のイメージを使って表面を仕上げた。"流行的" グラフィックアートからの計画的離脱。

12/13
orbital
orbital/london records

Middle of Nowhere照明ポスター。個々のOrbitalのポスターの、それぞれ"O"の色を変えたグラフィックアート版。

14/15
kylie
kylie/booth-clibborn editions

Kylie Minogueについての本の表紙。本の外箱にKylieの腕が実物大で映されている。ファロー・デザインがデザインを手がけた初めての本。(小冊子やパンフレットではない、いわゆる「本」として。) 10月発売。表紙写真担当はJohn Ross。

16
isola
gruppo

ロンドンに今秋開店予定のレストランのロゴをあしらったオリーブオイルのボトル。Isolaは、イタリア語で「島」を意味する。

17
sasha
deconstruction

Deconstruction レコードから発売されるSashaの二枚組12インチCDのパッケージデザイン。Los Angelsの写真はNick Clageによる。

19
home
home corp

新しいグローバルなクラブのコンセプトを表す"home"のマークを構成するためのエレメント。各ダンススペースは、それぞれのスペースに示された碁盤目状の区切りで識別される。このマークは、タイポグラフィ的であり、また、このプロジェクトのためにオリジナルで作成されたカスタムタイプフェイスを使っている。

20
cream birthday
cream

Creamのロゴマークがパーティのゲーム(twister)として使われるシーンを掲載した、Cream誕生七周年のための広告写真。掲載の広告は、それぞれ違った画像を使用している。写真担当はValerie Phillips。

21
abc
blatant/deconstruction

シングル「Stranger Things」のためのポスター。Oscar Niemeyerデザインによる、ブラジルのMuseu de Art Contemporaneaで撮影された。
撮影担当はAndy Earl。

21
vivid dreams
deconstruction

シングル「Rise Up」のポスター

22
archive one
deconstruction

封印されたCDパッケージ。ミシン目の付いたオレンジ色のストリップを破って開封する仕組みになっている。

23
sadie coles hq
sadie coles

ロンドンのアートギャラリーSadie Cole HQのマーク。[illegible]

24/25
viva haçiendo
deconstruction

マンチェスターの有名なクラブ「ハシエンダ」の15年間にわたる音楽の歴史を収めたアルバム「Viva Hacienda」の宣伝用パッケージ

26
manic street preachers
epic records

アルバム「This is My Truth Tell Me Yours」の街頭広告用バナー。
写真はAndy Earl。

27
truth
valley boy

Manic Street Preachersのツアーパンフレット。315mm x 495mmという、大きなフォーマットでデザインされ、ツアー中を通して販売された。写真はAndy Earl。

28
music conference cd
deconstruction

Deconstruction Recordsのための宣伝用CD。すべての情報は、滴るような緑色で直にCDのケースに印刷されている。

29
matches
gruppo

これまで手掛けた色々なレストランのマーク入りマッチ

30/31
deep dish
deconstruction

アルバム「Junk Science」のCDパッケージ。曲の番号と時間は、試験管の中の色のついた液体の深さで表示される。この番号体系は他の宣伝用マテリアルにも使われている。写真担当はJohn Ross

32/33
spiritualized
dedicated

ブリストル・パック(タブレット状の薬のようにプラスチックで包装し台紙に張りつける梱包)で仕上げたspiritualized「Ladies and Gentlemen we are floating in space」のパッケージ。
薬品工場の無菌室ですべての包装工程が行われた

34/35
pet shop boys somewhere
psbp

ファローデザインが創ったオリジナルタイプフェイスを劇場のネオンサインと商品に使用しているロンドンのシアターランドで、Pet Shop Boysは活発にコンサート活動を行った。

36/37
spiritualized
dedicated

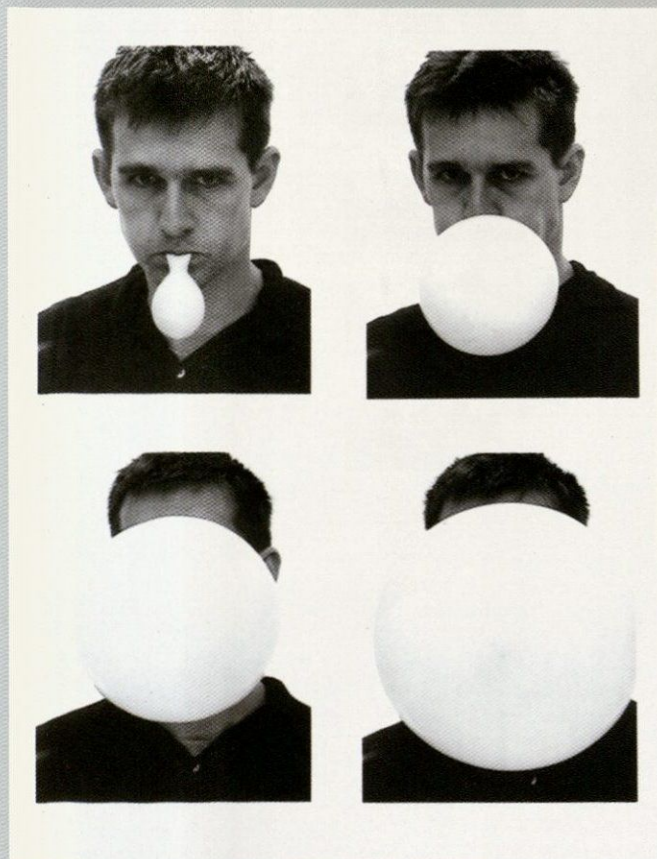
彼らのロゴを記号にしてコンサート開場を囲ったロンドンエリアの航空写真を用いた「Live at Albert Hall」のパッケージ。彼らの大がかりな光のショーを反映して、そのロゴも虹色の箔に閉じ込められたものになっている。

typeset in home roman

farrow design are
mark farrow
jonathon jeffrey
gary stillwell
nick tweedie

pack photography john ross

Keep a clear head and always carry a lightbulb.

Paul Elliman

Self-portrait

Paul Elliman
Born London, November 5, 1961
He grew up on the outskirts of Liverpool

Joined City Limits Magazine collective in 1984, He worked on production of the weekly London city guide,became art director of Wire magazine, 1986-88

Took a few years off
Working again, independently, and teaching part time, 1992
Spent one year teaching at the University of Texas in Austin, 1994-95
Opened a studio in London, 1995-97
Joined the design programme at Yale in 1997
Currently living in New Haven, Connecticut, teaching at Yale, 1999

ポール・エリマン
1961年10月5日ロンドン生まれ。リヴァプールの町はずれで育つ。

1984年，「City Limit Magazine」誌のスタッフに参加，週刊ロンドンシティガイドの編集を務める。
1986年～1988年まで『Wire』誌のアートディレクターを務めた後，数年間仕事から離れる。

1992年，仕事に復帰。臨時で講師も始める。
1994年～95年までの一年間，オースチンのテキサス大学で教鞭を執る。
1995年～97年，ロンドンにスタジオを開く。
1997年，エール大学でのデザインプログラムに参画。
1999年現在，コネチカット州ニューハベン在住。
エール大学で教鞭を執る

From Luther
to Popper

Translated by Joris De Bres

Herbert
Marcuse

1

Critique Of
Dialectical
Reason

Volume One

Jean-Paul

Theory of Practical Ensembles

Sartre

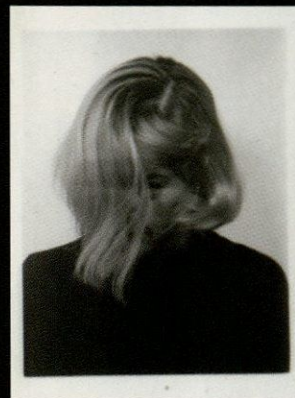
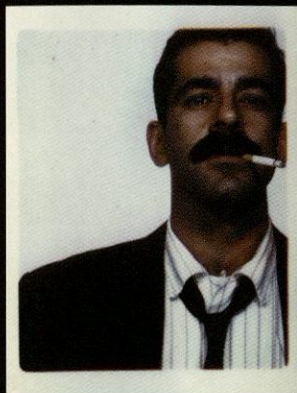
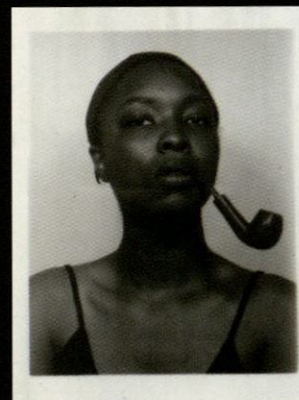
2

4

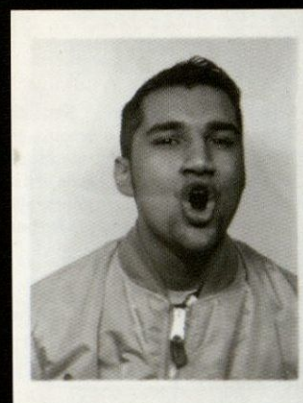
5

1-2: Too much type: The type on this series of book covers (for Verso/ New Left Books, London, 1988) was chosen blindly from a selection of about fifty typefaces. I wasn't quite working with a computer yet - although I had a Macplus - and I remember the typesetter being quite proud of the range of fonts, whereas I was really confused. I decided to improvise a system that would sort of neutralise them all. It wouldn't matter which were used... who cares? I decided on line-breaks and line-length for the jacket copy, and asked the typesetter to set each line to a point size that would fill the given length. I think they were reluctant to show me the result, maybe they thought a mistake had been made (maybe one had), but I was quite excited. Verso were horrified.

3: Not enough type: Typography could easily be included among the forms co-opted by the artist Andrea Fisher, whose work questioned the seamlessness of modernism. Certain items in her installations call attention to the same kind of authorising function that we expect from a typographical mark. A sheet of glass, for example, or a handrail, things that interrupt - marking the viewers distance - and yet also continue (and influence) any reading of the work. This catalogue (1991) for a show in London and Barrow-in-Furness included a series of images of Kuwaiti oil fires, re-photographed from news publications. If a picture crossed the spine of a magazine, the spine then took on a significant presence in Andrea's image. For the cover this seemed to me to be a strong enough gesture to replace the need for words, title, typography.

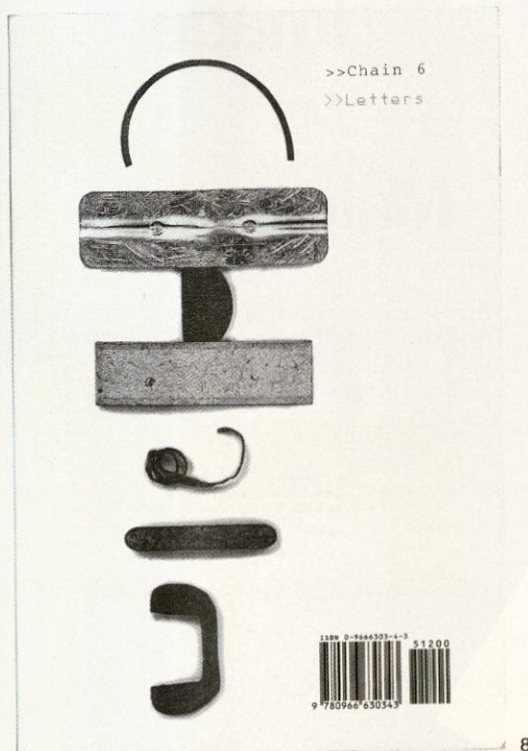
1-2：多すぎる文字。この表紙（Verso/New left Books, London, 1998）の連作に使われている活字は約50種類の選択肢から無作為に選ばれた。それらの活字の種類は，そこの印刷所で利用可能なすべてということで，植字工が見せてくれたものだ。その頃僕は，マッキントッシュ・プラスを持ってはいたけれど，すべての仕事をコンピュータ上でやっていたわけではなかった。植字工が文字の種類の多さに自慢げだったことを覚えている。僕はずいぶん混乱してしまったけど。僕はこれらの字をすべて同列に扱うようなやり方で即興することに決めた。どれを使うのかなんて大した問題じゃない。誰が気にするというのだ。表紙の文字列の区切りと行間だけ決めて，植字工には各行の決めた長さをぴったり埋めるような文字の大きさに合わせるように頼んだ。彼らは僕に仕上がりを見せるのをためらっていたようだった。たぶん，どこか失敗したと思ったんだと思う。（たぶんどこか失敗していたのかもしれないが。）でも，僕はとても興奮した。Versoは呆れていたけれども。

3：文字の不足。タイポグラフィはAndrea Fisher（アーティスト）の作品領域に，たやすく組み込まれるだろう。彼女の作品はモダニズムの整合性（seamlessness）に問いを投げかける。彼女のインスタレーションに使われている道具なかには，印刷された記号の権力性と同様なものへの注意を喚起するものがある。例えばガラス板や手すりといった遮蔽するもの。これらは見る者に距離を与えるが，作品の読みとりを許容し続け，読みとり方に影響を及ぼす。ロンドンとBarrow-in-Furnessでの展覧会のためのこのカタログには，報道資料から複写したクエートの石油火事の写真が収録されている。写真が本の背の部分にまで掛かる場合，この背はAndreaの作品的に意義をもつ存在となる。このカタログカバーにとって，そうすることは言葉，題名，タイポグラフィの必要性になりかわるには十分強力な振る舞いであるように思えたのだ。

4-6：Rosemary Butcherと共作によるアルファベット
（FUSE 5収録），「Virtual Reality」（1992）

4，5： 最初に構成された文字のかたち。二人の人物，Fin WalkerとMichelle Smithが背中合わせに，まるで逆立ちでもしそうだ。もしかしたらカシオペア座の並びをまねているのかも。この時はグラフィックデザイナーの仕事の可能性を広げてみようとした以外は，そんなに多くのディレクションをしなかったと思う。だからRosemary Butcher（英国のコリオグラファー。他のヴィジュアル・アーティスト達との共作で知られる。）と一緒に仕事をすることが必要不可欠だった。Fuseフォント「Alphabet」（6）も同時期の作品で，明らかにRosemaryとの仕事を通じた経験から生まれたものだ。僕はタイプフェイスのデザインはなんとなく避けてきた（他に選択の余地がない時は，今でもやるが）。僕は形態的，表現的，連想的など，様々な文字のかたちに向けて，より開かれた関係をもつ何かを始めてみたかった。Geoffroy Toryの文字の解剖学的類型学から，Dieter Rothがフルクサスでやっていたアルファベットのパフォーマンスまで，肉体をアルファベット記号の探求の最中に位置づける作品領域の範囲に，今はではもっと自覚的だ。僕は自分のウェブサイトでこういう何かをしてみるかもしれない。

6

1. Book jacket, *From Luther to Popper*, Herbert Marcuse. Verso/New Left Books, London,1988
2. Book jacket, *Critique of Dialectical Reason*, Jean-Paul Sartre. Verso/New Left Books, London,1988
3. Cover of a catalogue for Andrea Fisher, Gimpel Fils, London,1991
4. Photograph from a collaboration with choreographer Rosemary Butcher, London,1992 (b&w print, Nigel Shafran)
5. Frames from Body as Site, collaboration with Rosemary Butcher, Nottingham 1993 (photo: Mark Lewis)

6. Photobooth portraits (Y,S,B,Q,P,O) for Alphabet, font published by FUSE, London,1992

8

9

7. Collection of pieces used for Bits, font published by FUSE, London,1995 (Photo: Nigel Shafran)
8. Chain, journal published in U.S., 1999
9. Lost and Found, Critical Voices in New British Design, British Council, London 1999

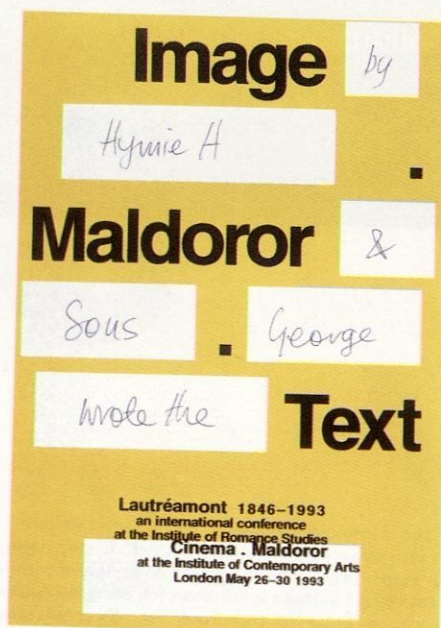
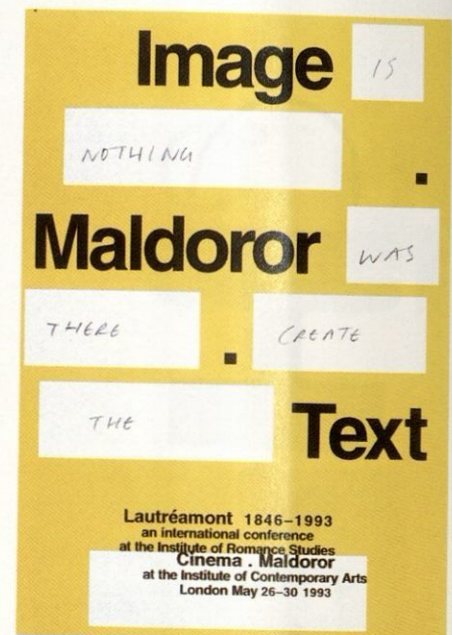
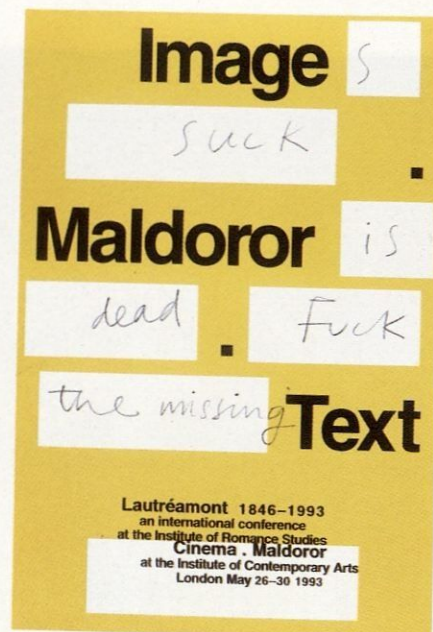
4-6(Previous page): Collaboration with Rosemary Butcher and Alphabet, published in FUSE 5; Virtual Reality (1992).

4: First constructed letter forms: Two people, Fin Walker and Michelle Smith, back to back as if about to go into headstands, or perhaps mirroring the constellation of Cassiopeia. I don't think I had much of a direction at the time, other than needing to expand the more predictable role of a graphic designer. So working with Rosemary Butcher, a British choreographer known for her collaborations with other visual artists, seems now to have been indispensible. The FUSE font Alphabet (6) happened around the same time, and obviously came out of the experience with Rosemary. I sort of wanted to avoid designing a typeface (still do, although at times I seem to have no choice). I wanted to begin with something that had a more open relationship with the forms of language: figurative, expressive, associative, and so on. Now I'm much more aware of a range of work that situates the body within an exploration of alphabetical signs, from Geoffroy Tory's anatomical typology of letters, to Dieter Roth's fluxus performance of the alphabet.
I might do something on my website about that.

7: Bits, published in FUSE 15; Cities (1995). Photograph of a character set, by Nigel Shafran. 8: Cover of Chain 6, Letters (1999), a journal published in the U.S.A. These "bits" were layed directly onto a photocopier. 9: Cover of Lost and Found, critical voices in new British design, catalogue for an exhibition organised through the British Arts Council (1999). Designed by Anne Odling-Smee and Stephen Coates.

You need to be able to make something from nothing; to be able to find the personal resources to do that. "Any problem can be solved using the materials in the room," said Edwin Land. Bits uses material found in the street. I know others with similar collections, and there's Claes Oldenburg's Ray Gun collection. Awesome. In my opinion typography has room for its own narrative structures. Bits, for example, was intended to be saying something about cities and their relationship with our language and writing systems. Maybe it could exist as a collection of industrial materials: "... pieces of die cast metals, heat resistant plastics, sections of zinc, polypropalene, chromium, butyl, PVA and perspex, samples of so-called 'memory plastics', a coil of black annealed wire, a disc of bright spangled galv..." As a functional character set I wanted it to somehow defy being regularised like a "proper" typeface. And - although I have little control over this - to a certain extent it defies being used, as if it came from a depressed but still beautiful part of the city.

7：Bits（FUSE 15「CIties.」（1995）収録）。文字組みはNigel Shafran撮影。8：『Chain6』誌の文字特集号（1999）。アメリカで発行されているテーマ文学年鑑。カバーデザインはJanet Zweig。これらの「小片」はコピー機に直接レイアウトされた。9：『Lost and Found-Critical voices in new British Design』表紙。英国デザイン協会が主催する展覧会のカタログ。デザインはAnne Odling-SmeeとStephan Coates。

無から何かを創り出せるようになる必要がある。そして，そのための個人的な素材源を見つけられるようにもね。Edwin Land曰く，「すべての問題は部屋の中にあるもので解決することができる」と。「Bits」では道ばたで見つけた素材を使った。他にも同様な収集物の作品があることは知っている。Claes Oldenburgの「Ray Gun」誌での作品も。これはため息がでるよ。僕の意見では，タイポグラフィはそれ自身の物語構造を持つ余地がある。例えば，「Bits」は都市そして都市と我々の言語及び著述のシステムとの関係について何かを語っているように意図された。この作品は工業素材のコレクションとしても存在しうるかもしれない。ダイキャスト，耐熱プラスチック，亜鉛の断片，ポリプロピレン，クローム，butyl，PVAにパースペックス，いわゆるメモリーチップの見本，黒い針金のコイルに電気蒸着のキラキラひかる円盤・・・。関数的な文字セットとして，僕はこれを「適切な」タイプフェイスとして規格化されることに頑として抵抗するものにしたかった。そして，これらそのものについて僕はほとんど操作不能であるが，確かに「BIts」はある程度までは使用されることに抗う。まるで，都市の陰鬱だが美しい所から生まれてきたみたいだ。

10-13

Two examples that share, both in theme and process, a kind of urbanism.

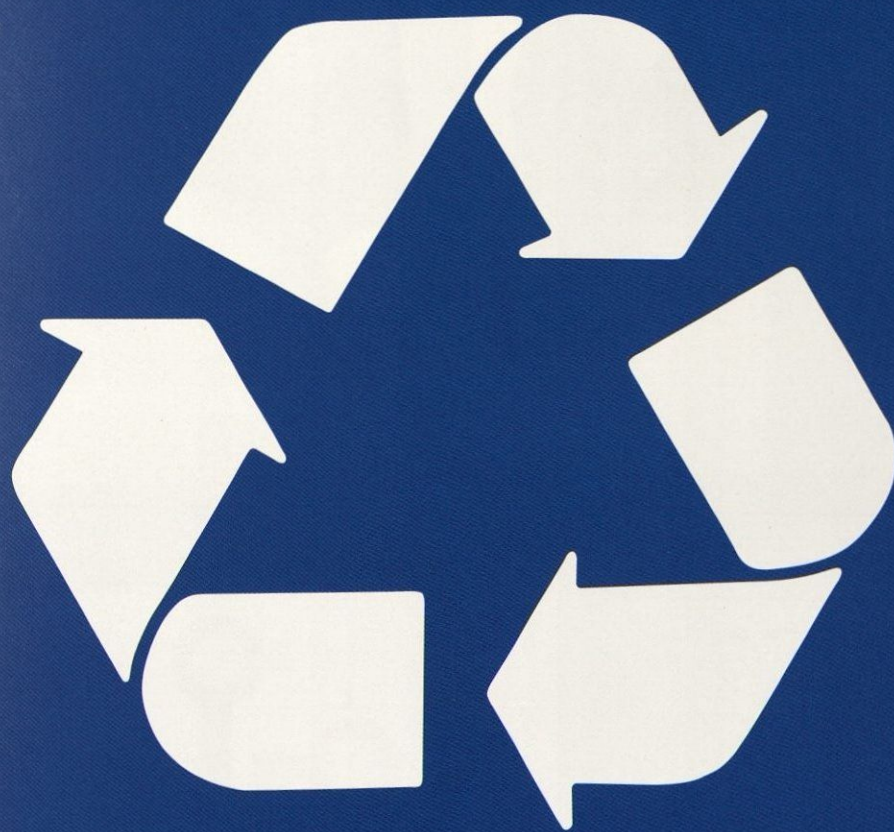
10-13: Poster for a conference on the 19th century French author Issidore Ducasse, held at London University and the Institute for Contemporary Arts(1993). For Ducasse - who published his work *Les Chants de Maldoror* under the name Comte de Lautréamont - every text conceals or suggests further readings. The poster negotiates this idea, allowing its own text to be corrected, disrupted, negated or simply left incomplete.

14: Graphic (T-shirt, poster/flyer, messenger bag etc) for cycling activists Critical Mass, a monthly gathering of cyclists in cities all over the world. Made by improving a New Haven recycling bin (1999). Both London and New Haven Critical Mass takes place on the last Friday of each month. Just a coincidence.

テーマと制作過程の両方において一種の都会主義（urbanism）を共有する作例を2つ。

10-13：19世紀フランスの作家Issidore Ducasseについての会議のためのポスター。ロンドン大学，及びICAにて開催（1993）。DucasseはComte de Lautr斬montの名前で『Les Chants de Maldoror』（「マルドロールの歌」）を発表した。彼にとってあらゆるテキストは次にくる読解を隠蔽し，示唆するものである。このポスターはそのアイデアと連携して，文字面を補完して読ませたり，混乱させたり，消してしまったり，あるいは単に不完全なままにしたりした。

14：Critical Massの為のグラフィックデザイン（T-シャツ，ポスター，チラシ，配達用バッグ）。Critical Massは毎月世界中の都市で開催されている，自転車乗り達の活動集会。ロンドンとニューハベンのCritical Massは両方とも毎月最終金曜日に開かれるが，これはただの偶然。

10-13. Image. Maldoror. Text poster for Lautréamont conference, London,1993
14. (opposite) WE CYCLE, graphic for Critical Mass, New Haven, 1999

WE CYCLE
Critical Mass

15

15, 16. Constructing a target with a record and a CD (Photo: Nigel Shafran)
17. Ad for The Cornflake Shop, London,1996
18. Leaflet for The Cornflake Shop, London,1995
19. Brochure for The Cornflake Shop, London,1995

The Cornflake Shop and Shoreditch Electricity Showrooms are examples of fairly regular graphic design practice. Both are based in London, the first is a consultancy for audio and video technology, the other is a bar and restaurant. The Cornflake Shop doesn't have a fixed "corporate" identity - I can't be fully trusted with those things - but I found the figure of a target by combining a record and a CD (15-16), and I've been exploring that for a while. The target is a common form, a kind of cliche really, which can be useful: it more or less opens up its own path of associations and readings. It's like a natural logarithm. Designers are expected to transform these signs into a trademark or logo - variations on the target are registered by quite a few companies. One of my targets (22) is a Cornflake C in the form of a copyright symbol.

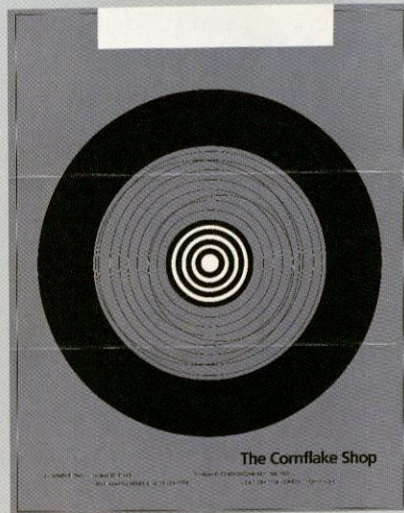
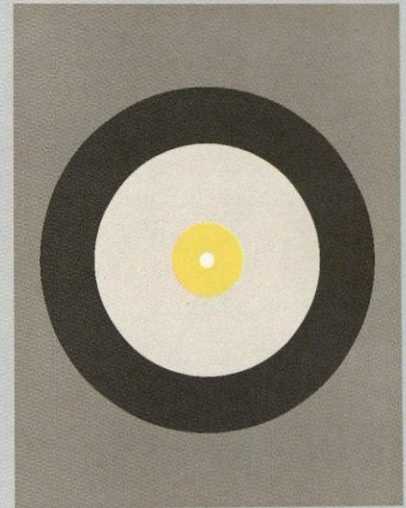
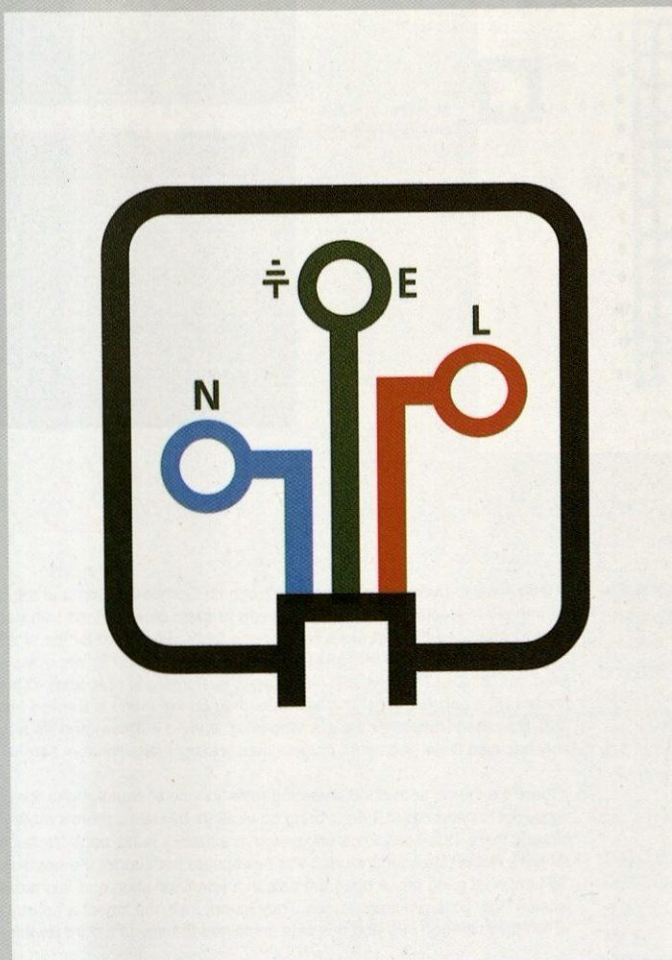
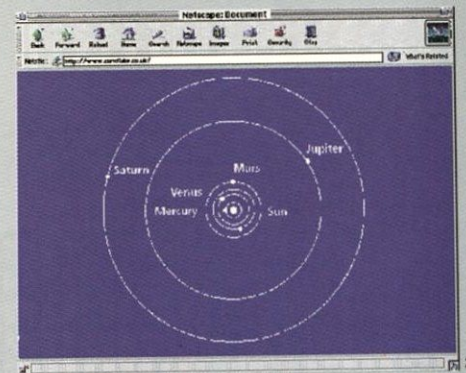
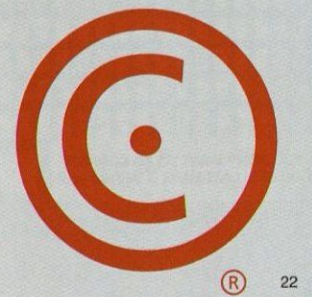
The Cornflake ShopとShoreditch Electricity Showroomsは至極普通のグラフィックデザインの仕事例。どちらもロンドンにあり，前者はオーディオ・ヴィジュアルのコンサルタント会社で，後者はレストラン・バー。The Cornflake Shopは決まった「企業」アイデンティティを持っていない。僕はそういうったものに関しては十分信用されることができない。でも，レコードとCDを組み合わせて的の形になることを発見し（15-16），しばらくの間色々と試してみた。的はよくある形で，ひとつの紋切り型なのだが，有用な形である。多かれ少なかれ，的は連想と読解への道を開く。まるで自然対数みたいなものだ。デザイナーの仕事はこれらの記号をトレードマークやロゴに変えることである。的の形のヴァリエーションを登録している企業は極めて少ない。僕のつくった的形（22）のひとつは，コピーライトマークの形をしたConflake ShopのCの字だ。

17

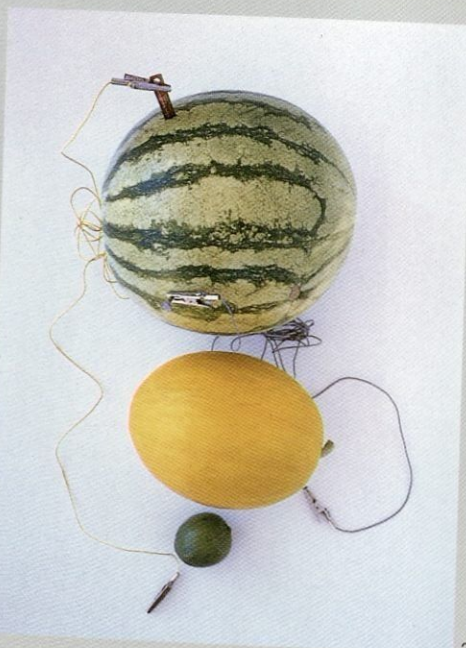
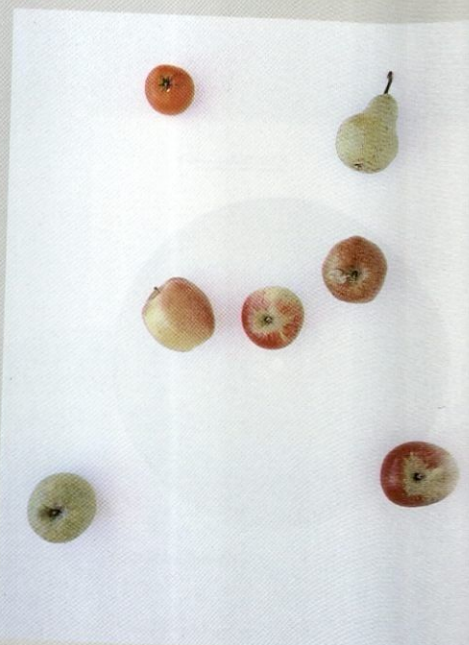
18

19

21

20

22

20. Christmas card for The Cornflake Shop, London,1996
21. Frontpage for The Cornflake Shop website, London 1999
22. Graphic for The Cornflake Shop, London, 1998

23

24

Shoreditch
Electricity
Showrooms

39a
Hoxton Square
London N1 6NU
Tel 171 739 6934
Fx 171 739 6451

N E W S

If you would like something posted to our LED display sign, please fill in your news, messages or other information using the grid below - the sign is 12 lines x 32 characters. You're welcome:

FOR YOUR INFORMATION

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

IF YOU DON'T WANT US TO CORRECT YOUR SPELLING MARK X IN THIS BOX

Juice Bar
Restaurant
etc

26

Fresh Juices:
Orange, Apple, Grapefruit
Watermelon, Carrot: 2.80

Combo Mixers:
(with any Juice) Strawberry
Raspberry, Pineapple
Passion Fruit, Banana: .60

27

Towerblock Demolition:
A towerblock on Nightingale
Estate, Hackney Downs, will
be demolished on Sunday
June 25 at mid-day

28

僕は両者ともに電気に関心を抱いているという事実を本当のところ，もっと大事に扱わなければならない。僕はこの両者の間でアイデアを交換しようとし続けてきたが，まだ現実化には至ってないんだ。前の年に一方の為にカードを作成したら，今度はまたもう片方にも作成するとか，そういったことだ。果物の図像はジュース・バー・カウンターの向こうにあるファスト・フードの照明ディスプレイケースの一部だ（23-25）。この記入用紙はお客さんにバーのLED掲示板にメッセージを投函してらうためのもの（26）。メニューに使われている書体はその電光掲示板からとった（29）。この書体は掲示板のプログラムを組んだ男の名にちなんで「Dave」と呼ばれている。少しばかり風変わりに見えるのは，ただDaveがいままで小文字のアルファベットをプログラムしたことがなかったから。

もし，ここになんらかのテーマや方法論があるとしたら，状況それ自体によって目の前に放り出された形体と構想で作業するということだ。僕はそんなに多くの素材を机の上にもちこまない。たいていの必要な材料はすでにそこにある。しかし一皮剥いてみたり，違った見方をしたりという必要はある。ブレッソンはその著書『Note on Cinematographer』の中で，「まず行動を起こせ」という見出しの下にこのような新聞記事を使っていた。「ロンドンで強盗団が宝石店の金庫を荒らして，真珠のネックレス，指輪，金，貴金属を手にかけた。その場所で彼らは近所の宝石店の金庫の鍵も見つけて，そちらも片づけた。その宝石店でもまた次の宝石店の金庫の鍵を見つけた。」

I really have to make more of the fact that both Cornflake Shop and the Showrooms share an interest in electricity. I've been meaning to swap certain ideas with each of them but haven't managed that yet. Do a card for one that I already did for the other the year before. Something like that. The fruit images are part of a fast-food lightbox display that sits over the juice bar (23-25). The form slip encourages customers to post texts to the bar's custom made LED signboard (26). The typeface used on the menu is derived from the signboard (29). It's called Dave after the guy who programmed it (Dave) and it's a bit eccentric looking only because Dave had never programmed a lower case alphabet before.

If there's a theme or method emerging here, its one of working with forms and ideas thrown up by the situation itself. I don't bring so much to the table, there's mostly enough material already there. But it has to be uncovered or situated. In his book "Notes on the Cine-matographer", Robert Bresson included this newspaper item under the heading Take Action First: "In London a gang broke open the safe in a jewellers' shop and laid hands on pearl necklaces, rings, gold, precious stones. They found, also, the key of a nearby jewellers' safe, which they cleaned out, and this safe contained the key of a third jewellers' safe."

23-25. Lightbox display for Shoreditch Electricity Showrooms juicebar, London,1998
26. Form for posting signboard texts at Shoreditch Electricity Showrooms, London,1999
27, 28. LED signboard for Shoreditch Electricity Showrooms, London,1998

```
 00000
 0000000
000000000
000000000
000000000
000000000
 0000000
 00000
```

Shoreditch
Electricity
Showrooms

39a
Hoxton Square
London N1 6NU
Tel 171 739 6934
Fx 171 739 6451

Restaurant
Juice Bar etc

Starters

White gazpacho 3.50

Calamari with chilli and lime mayonnaise 4.50

Tapenade with hot walnut toast 3.50

Terrine of chicken livers and parma ham with herb oil and baby spinach 5.50

Salads

Grilled raddichio, gorgonzola and toasted pine kernels 4.50

Red mullet marinated in lamb, coconut, corriander and garlic 6.50

Chicken breast salad with rosemary, olive oil, baby potatoes, mustard leaves and pecan dressing 6.50

Wheatgrain and pepper salad with roasted red onion and fresh oregano 3.75

Summer leaf salad 3.50

Specials:
Daily specials and sandwiches, see notice board

Puddings

Fresh figs, organic greek yoghurt and thyme garnished with honeycomb 3.50

Orange and hazelnut torte with marinated strawberries 3.50

Side Orders:

Fat fries 1.50
vegetable fries 2.25
Hot organic bread 1.00
Seasonal vegetables 2.00
Mixed olives 1.50
Rosemary bar nuts 1.50

Service not included

August 1998

Main course
evening only, 6.00-10.00pm

Grilled lamb with flageolet beans and roasted garlic 7.50

Charred swordfish with nasturtium butter, rocket, tomato compote 9.50

Baked polenta with wild mushrooms and asparagus 7.00

Calves liver with braised lemon cavolo nero and mustard mash 7.50

Juice Bar

Fresh juices 2.80
Orange, grapefruit, apple, watermelon, carrot

Combo mixers
(with any juice) 0.60
Banana, strawberry, Raspberry, Pineapple, passion fruit

Smoothies (with yoghurt, ice cream or Soya milk) 3.50
Breakfast *Summer* *fruit*
Tropical *Chocolate*

Coffees
Expresso 1.00 Cappuccino 1.20
Latte 1.20 Mocha 2.00
Hot Chocolate 1.50

Teas 1.00
English Breakfast,
Earl Grey, Camomile, Fruit,
Lapsung 1.00

29. Menu card for Shoreditch Electricity Showrooms, London, 1998

30

30 (all - Amsterdam, 1996)

Front cover of an agenda for KPN/PTT Netherlands
Front and back cover with pockets filled
Inside pages (1)
Page with KPN logo
Red swatches

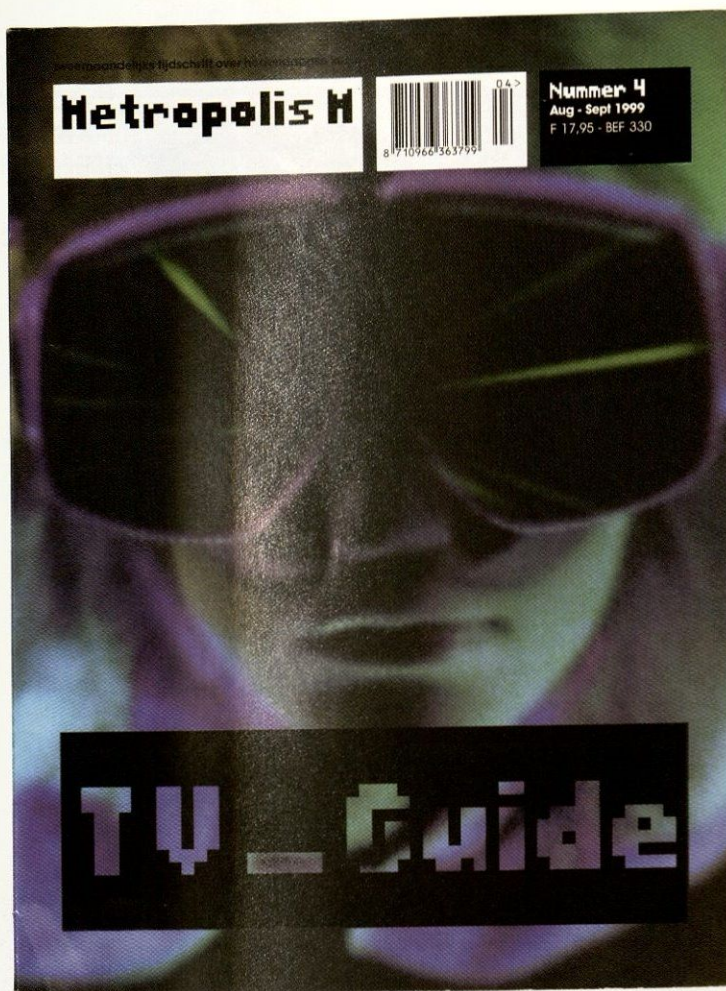
Front and back cover with pockets empty
Inside front
Inside pages (2)
Inside back cover with sleeves filled
Green swatches

31

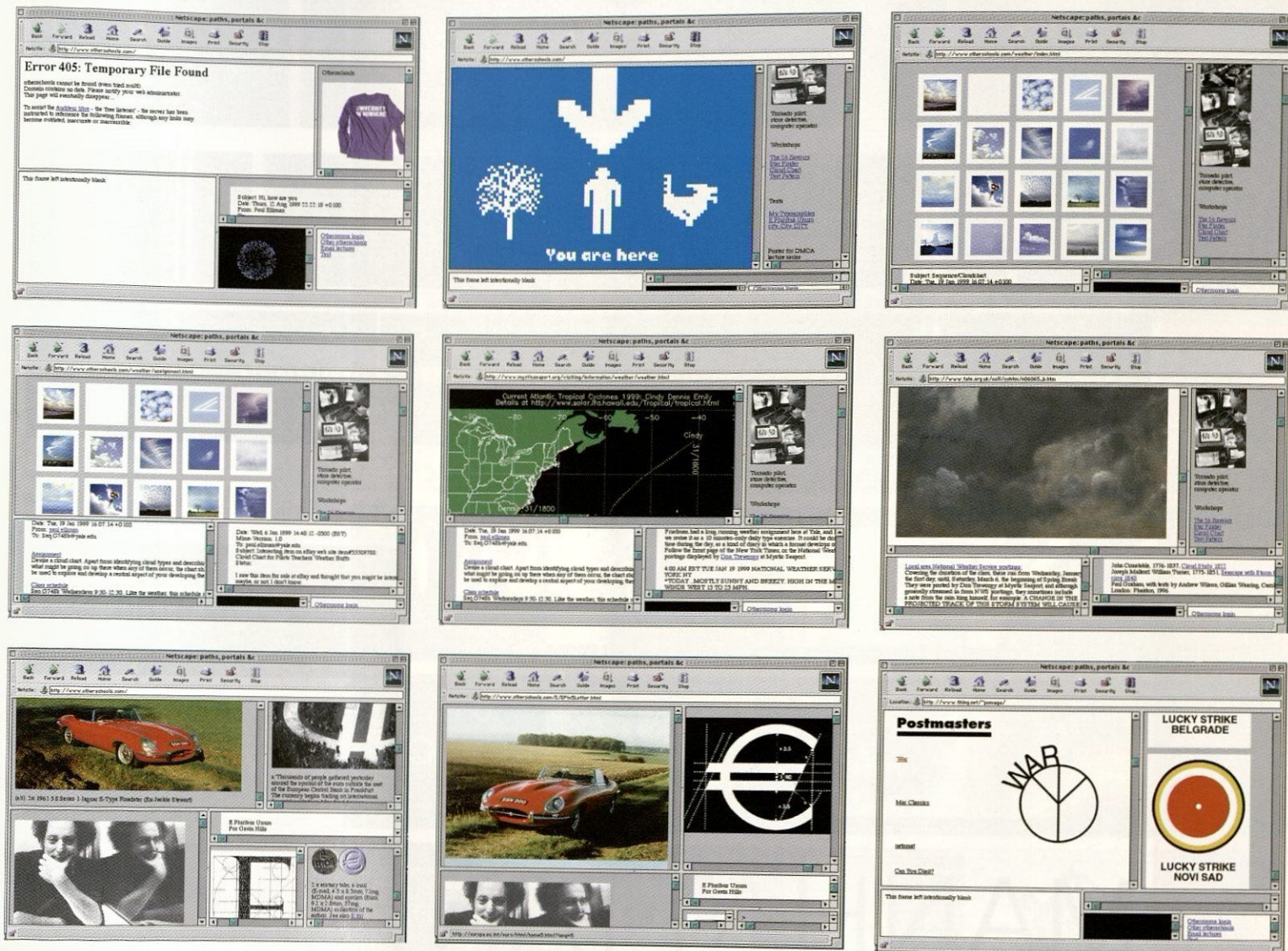
32

33

34

31-33. Cover and pages from Metropolis M, Amsterdam,1999
34. Book of Spoons, London, 1997

I prefer working collaboratively on projects, sometimes with other designers. In Amsterdam I've had great times working with Armand Mevis and Linda van Deursen. A few years ago we produced a day-planner for the Dutch post office KPN/PTT(30), and we've also shared ideas about a redesign for the Dutch contemporary art magazine Metropolis M. The KPN agenda gave us room to explore aspects of the corporate world - pockets on the cover are sized to house the acoutrements of an office life; stamps, aspirin, CD's, floppies, coins, condoms, business cards etc. And the 3 colours of the corporate identity (blue, green and red), seen in their different functions - the fabric of a Postman's jacket, or the casing for a telephone kiosk - eventually take on the irregularities of a city. This summer I was invited to design a special issue of Metropolis M, an issue that would focus on artists working with television (31-33). A sort of Metropolis MTV. I thought we should make a teletext version. Loosely based on teletext pages, which is how most people in Europe currently approach the notion of digital TV, with different things going on, boxes of text over the top of images. It also makes a funny association with the formal characteristics of de Stijl.

僕は時には他のデザイナーとコラボレートすることが好きだ。アムステルダムでArmand MevisとLinda van Deursenの二人と仕事をし，大変面白い時間を過ごせた。数年前に我々はオランダの郵便局KPN/PTTのためのスケジュール帳（30）を作成し，オランダの現代アート雑誌『Metropolis M』のリニューアル・デザインも一緒に考えた。KPNの仕事は我々に会社世界の側面を探求する余地を与えてくれた。表紙のポケットは切手，錠剤，CD，フロッピー，コイン，コンドーム，名刺等々，オフィス生活の色々な道具を入れられるサイズになっている。それと，青，緑，赤の三色の会社マークは，違った意味を持つものとしても眺められる。郵便配達員の制服生地や公衆電話ボックスのカラリング，ついには都市の不規則さの様相としてもね。この夏，僕は『Metropolis M』誌の特別号のデザインを依頼された（31-33）。この号はテレビを使って作品をつくるアーティスト達の特集で，言ってみればMetropolis MTVみたいな感じだ。僕は多重放送のようなものを作るべきだと思ったんだ。今やヨーロッパの大部分の人がデジタルテレビの観念に慣れ親しみつつあるように，多重放送の構成におおまかに基づいた。違う要素が同一画面上に流れて，画像の上にテキストが流れるボックスがあったりね。これはまた，de Stijlの堅苦しい特徴との面白い連想を呼び起こす。

35. (H, R, M, S, C, I) Font Made of Waste, version of Font made in recycled plastic bottles, London, 1997

36-44. Pages from www.otherschools.com,
London/Amsterdam/New Haven, 1996-99

Font (35) is a long term type project that began from a skeletal version of the alphabet based on specific classical Roman letters. It looks like other typefaces - which, if you think about it, is a funny thing to remark... I mean isn't that the defining characteristic of a typeface? There are numerous versions or permutations of Font, in 2, 3 and 4 dimensions. This one was made with product designer Jane Atfield and her recycled plastic bottles: Font Made of Waste.

otherschools (36-44) is another long term project. It's still in an early phase, even though I've been talking about it ("the university of nowhere") for ages. The idea for an independent "school" has been partly interrupted by having a teaching position at Yale, but I'm also able to develop the project out of the practicalities of this. So I have my various classes and interests publicly accessible through the otherschools site; test patterns, targets, the letter E, meteorology, stars, bus time-tables, electricity... It's worth remembering that the Internet, as a communication technology, is amalgamated from the technology's that have preceded it. And most of it's jargon has a similar relationship to language. *Cyberspace*, says William Gibson - who invented the term - is merely an "assembled word", encouraged by the cut and fold techniques of certain writers before him. otherschools relies on similar patterns of connection and assemblage. Which is not so far from how I've always worked. The Fetch puppy makes an appearance, bits of html code, borrowed gif animations and entire sites, all incorporated into otherschool dialogues.

It's not easy to say exactly why particular qualities in your own work are those ones you are trying to achieve. You have to claim they are there, for a start, and who'll believe that? But I think the three examples I began this presentation with contain ideas that I'm still working on. The clumps of type on the Verso book jackets, trying also to describe a kind of everythingness ("An image of the world"); or the kind of nothingness on the cover of the Andrea Fisher catalogue, no words at least; and then the involvement of people and language, presented in the image of the two dancers. Forced to be specific I'd make more of a point about the use of type as type, a kind of silly-putty for language; the use of a tear as type (searching for a better image of language?). And that, along with those people again, all three examples share in an attempt to convey the tangible experience of things; objects, people, words, letters; another cache of pearl necklaces, gold, precious stones... But also the intangible, which has even more to do with our experience of the material world, and especially with our relationship to ideas.

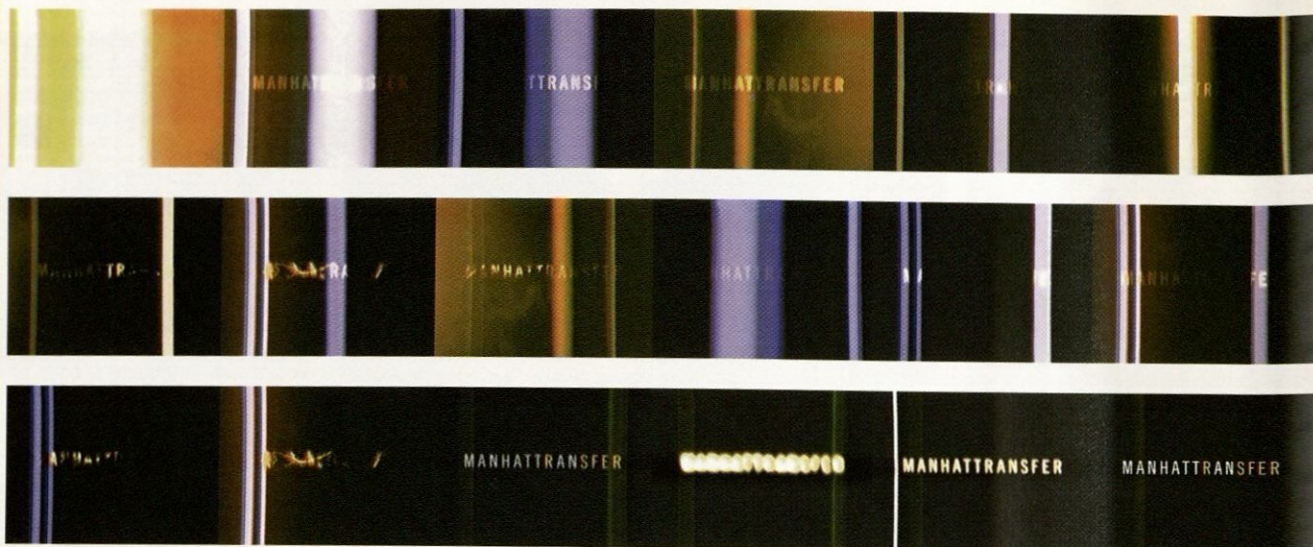
Paul Elliman,
New Haven, September 1999

Font(35）は長期間に渡る文字プロジェクトだ。まずローマン体に基づいて，アルファベットの骨組みからはじまった。このフォントは他のタイプフェイスに似ている，ということは少し考えてみると面白い指摘であると思う。つまりその事実自体がタイプフェイスを定義づける性質のものなんじゃないだろうか？　平面に，立体に，4次元に，タイプフェイスは膨大な順列と変化形を持つ。この作品はプロダクト・デザイナーのJane Atfieldと一緒に，彼女のペットボトル再生プラスチックで作られた。廃棄物からつくられたフォントだ。

Otherschools(36-44)はもう一つの長期間プロジェクト。「非存在の大学」構想については長い間語ってきたが，実際の制作はまだまだ初期段階だ。インデペンデントな「学校」のアイデアはエール大学で教鞭を執ることで一時，頓挫してしまっている。しかし，エールでの実践経験からこのプロジェクトを発展させることもできる。そこで，テスト・パターン，射的の的，「Eの文字」，気象学，星，バスの時刻表，電気などなど，僕の受け持つ様々な講義や興味のある事柄をこのサイトで公開し，アクセスできるようにしている。コミュニケーション・ツールとしてのインターネットは，先行するテクノロジーのアマルガム（融合物）であることを覚えておくといいだろう。この世界での用語は言語に類似した関係性を持つ。サイバースペースという言葉の発明者，ウィリアム・ギブソンが言うには，サイバースペースは先行する書き手からの切り張り技術によって成り立つ，単なる『言葉の集積物』である。同様に，otherschoolsも結合，集積パターンにおいて成り立っている。これはいままで僕がしてきたことから，そうかけ離れたものではない。Fetchの子犬が現れてる。htmlコードをちょいと入力。gifアニメやサイト全体を拝借してきて，すべてはotherschoolの「対話」に組み込まれる。

なぜ自身の作品の持つ特定の性質が，自身が成し遂げようとしていたことなのか，正確に語るのは容易ではない。それらはそもそもの始まりからそこにあったとしか言うほかないが，誰が信じてくれると言うのだろう？　しかし，この記事の冒頭の3作品には，僕が未だに考え続けているアイデアがあるように思う。Versoの本の表紙での文字群，これはまた一種の総体性を記述しようとしたものだ（「世界のイマージュ」)。あるいは一文字もないAndrea Fisherのカタログ表紙が持つ，一種の不在性。それから二人のダンサーの図像に表された人間と言葉の関係づけ。明確に説明しろといわれたら，僕は文字としての文字の使い方—馬鹿みたいな言葉回しみたいだが—の点をもっと理解せねばならない。例えば涙を文字としてつかうように（言語のよりよい像を探して？）。そしてこれらの3つの例はもの，ひと，言葉，文字の実体的経験を伝達する試みという点で共有している。真珠のネックレスや，金塊，宝石・・のもうひとつの貯蔵庫だ。しかし同時に我々の物質世界での経験と，そして特に我々と思考との関係に多く関係づけられてる，非実体的なものを伝達する試みでもあるのだ。

ポール・エリマン

title sequence from
MT's showreel >>

MT's new
design wing+
logo >>

MANHATTAN TRANSFER

introduction >>

Manhattan Transfer is one of the leading post-production company in N.Y. It consists of over 100 of various talents: designer, animator, director, editor, programmer and so on.
They are unique in its way of work. On the one hand, as post-production, they have worked with a lot of designers to realize the final piece, such as The Attik, tomato,and Jonathan Barnbrook.
Their wide range of talents can provide the best and flexible solution for clients and sublimate creators' idea into the real world, even programming their own proprietary software.
On the other hand, their activity and ability are not limited within traditional post-productive works. More and more they come to work from conception through realization. This means they can do everything in -house.
Manhattan Transfer has grown up and changed since it started as film-to-video production. Now It can be said that Manhattan Transfer is a future form of postproduction, a creative complex where talents freely fuse.
Here we IDEA would like to introduce their recent projects which are worth seeing.

マンハッタン·トランスファーはニューヨークを拠点に活動するユニークなポストプロダクション・カンパニーである。
そのメンバーはデザイナー，エディター，ディレクター，アニメーター，プログラマーなど総勢100人以上もの才能の集団で構成される。
これまで数多くの多くのCM，プロモを手がけ，the attik，tomato，Jonathan Barnbrookをはじめとする多くのデザイナー，ディレクターの作品を現実化してきた。特にそのヴィジュアル·エフェクトには定評がある。
しかし，彼らの活動はいわゆるポスト·プロダクションの域に留まらない。今やコンセプト·メイキングからデザイン，撮影，ポスプロに至る全てを手がける仕事も多くなっている。つまり制作の構想から仕上げまで，完全に内部で処理することが可能なのである。
テレシネ変換所から出発し，成長と変容を遂げてきたマンハッタン·トランスファーは，従来のポスト·プロダクションの枠組みを超えた，才能と才能が自由に融合しあえる，新たな創造複合体のかたちといえるだろう。

Company Profile

Year Founded: 1983

Location:
New York City, United States of America

Address:
545 Fifth Avenue, New York, NY 10017

Studio Size:
60,000 square feet

Employees: 125 full time

Equipment:
SGI, Macintosh and Windows NT workstations

Partial Software List:
flame, fire, inferno, Henry, HAL, Paintbox, Photoshop, Illustrator, After Effects, Painter, SoftImage I 3D, Alias Maya, Digital Fusion, 3D Studio Max, Renderman, Ribbit, Mental Ray, and Rhino.

Manhattan Transfer
Visual Effect Works
[Montage] >>

sequences from various tv spots

MANHATTRANSFER

MT's Recent Project #1

Sci Fi Channel

>>redesign and relaunch

TV programmes are now willing to adopt the techno-iconological images which are prevalent in our era. We have often seen broadcasting news or music programmes use imitative images of GUI. It proves that we are practically getting accustomed to the digital aesthetic type.
SCI FI Channel is a USA Company transmitting fantastic images to over 54 million human homes. It features a continuous stream of cinematic hits, new and original series, and special events, as well as classic sci-fi, fantasy, and horror programming.
SCI FI saw its big changes in March this year, encompassing new shows, and an intense makeover of the SCI FI Channel's on-air image. Manhattan Transfer, working with SCI FI Channel, has redesigned the SCI FI Channel's on-air look.
As a result, SCI FI Channel is now one of the successful channels to adopt images of our Techno era as its taste of design.

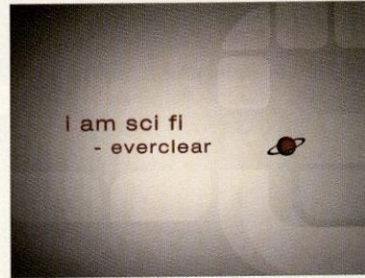
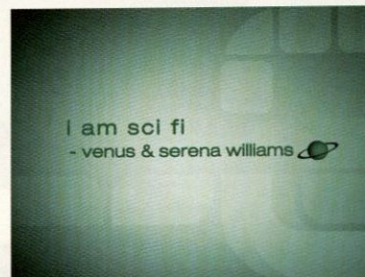
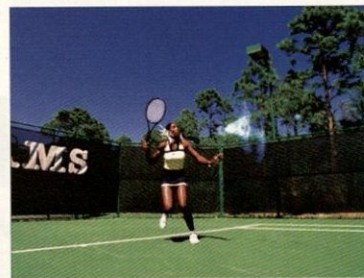
PC文化の進展とともに，ニュース番組や音楽番組をはじめとして，TV番組の図像イメージは，パーソナルコンピュータで培われたGUI的表現をますます取り入れつつある。それが本当に分かりやすいかどうかはさておき，少なくとも我々は，コンピュータ画面のアナロジーを一つの美的類型として受容しつつある。
SCI FI Channelはアメリカで5400万軒以上に配信されている，SF専門のケーブルテレビチャンネルである。ヒット映画，オリジナルテレビシリーズほか，特集番組，古典SF，ファンタジーやホラーなどの番組を24時間放映している。SCI FIチャンネルは今年の3月に，チャンネルイメージの抜本的改変を含めた全体的なリニューアルを行なった。マンハッタントランスファーは当番組のADトッド・ミューラーと共に，新たなチャンネルイメージ・デザインを手がけた。結果，デジタル時代の美的感覚を豊富に組み込んだ大胆なデザインとなった。

Art Director : Todd Mueller
Visual Director : Roger Guillen
Director of On-Air Promotions : Rick Austin
Vice President of Marketing and Creative : Josh Greenberg

Credits of Manhattan Transfer team
Designer/Visual Effects : Jeremy Hollister
CG animator : Grant Adam
Designer : Hoon Chong
Producer : Peter Metsopoulos
Creative Director : Micha Riss
Executive Producer : Connie Griffin.

Designers Republic created iconographic elements denoting programming categories, ie. drama, horror, comedy, SCI FI classics, movies, etc.

<< thress spots for
"I am sci fi"
on-air campange

< Busta

< Everclear

< Williams

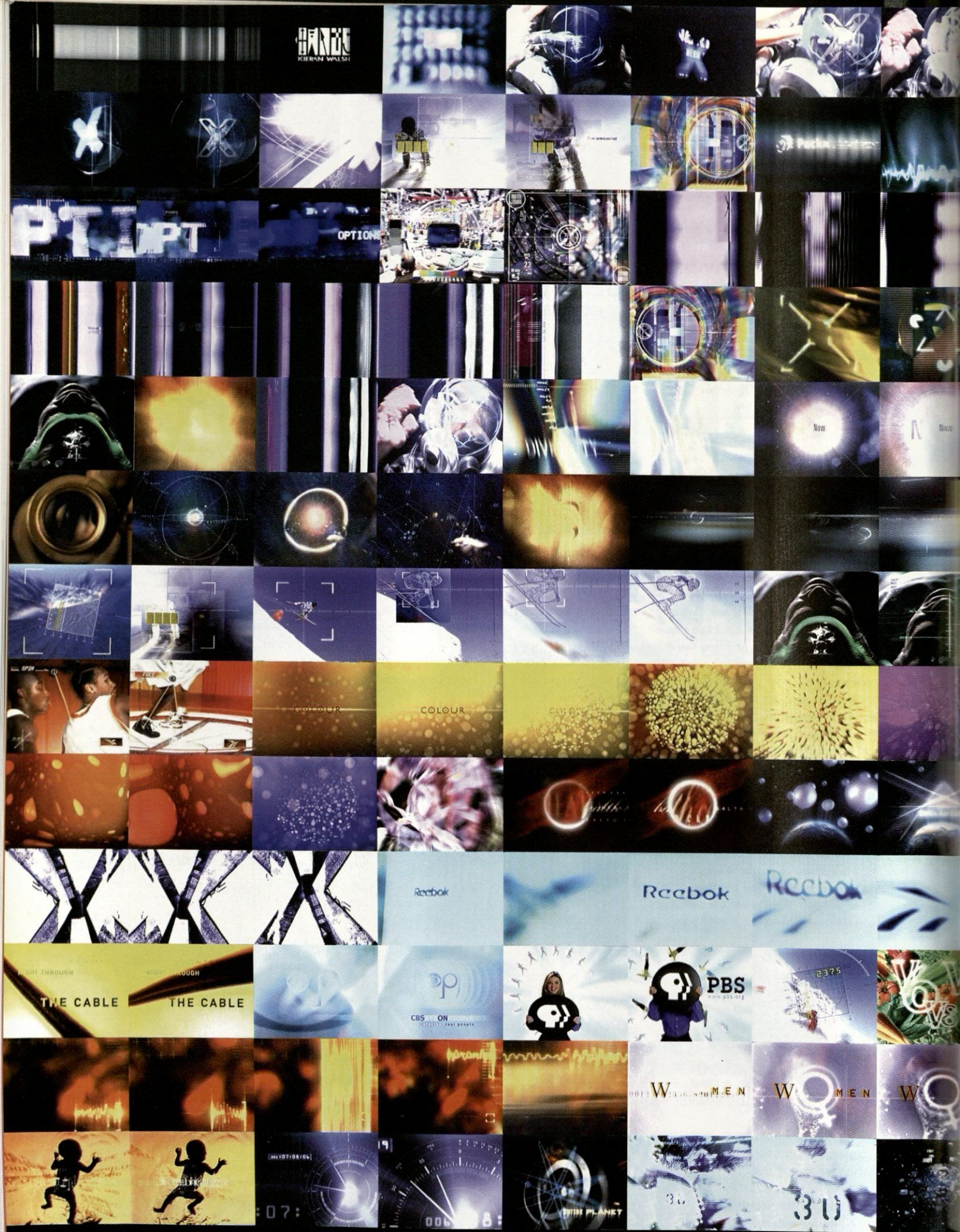
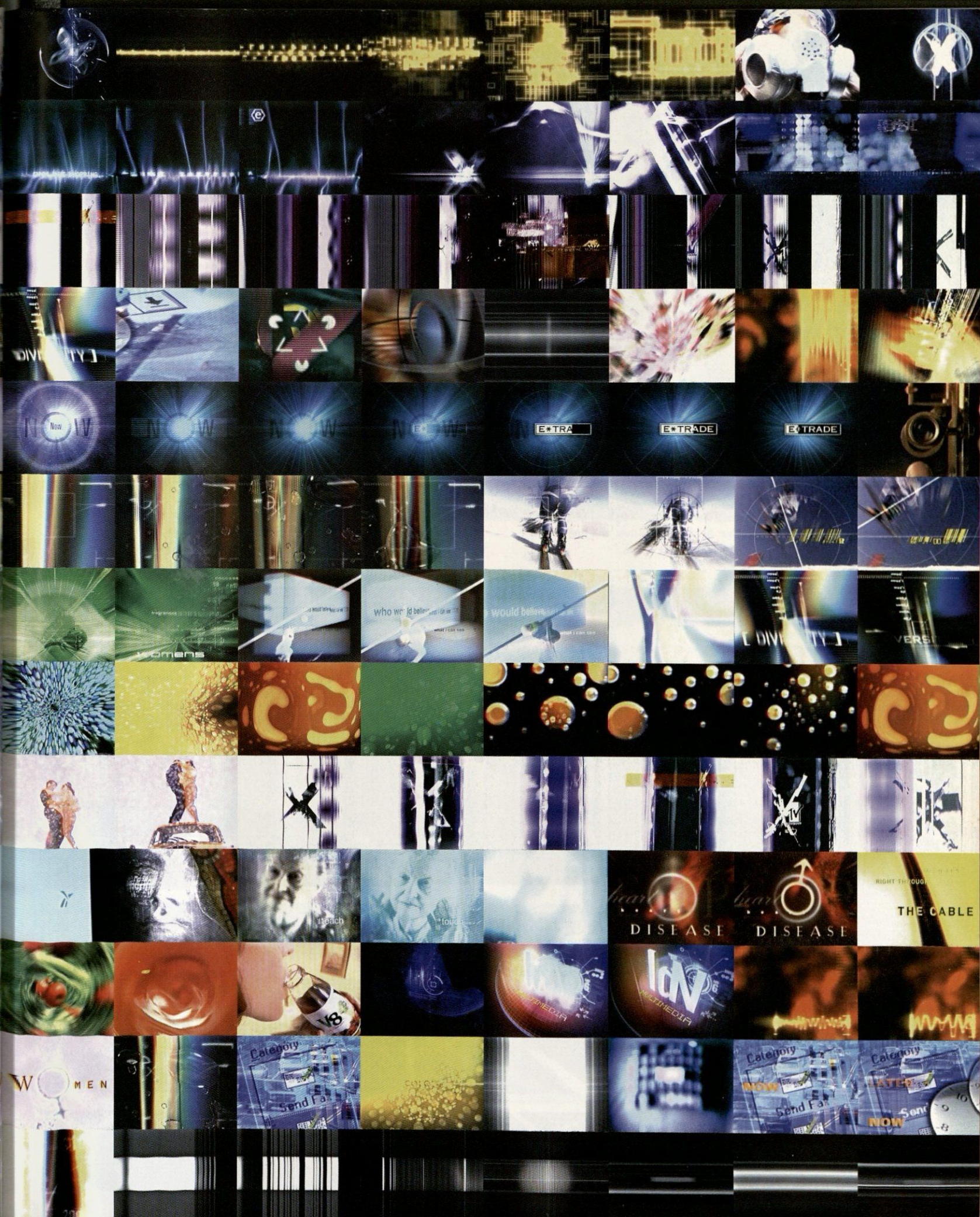
「番組アート・ディレクターの要求は，レゴと同じ方法論によるデザイン・システムの構築，つまり制作者が楽しめる，パーツごとに入れ替え可能なデザインを作ることだった。そこで我々はグリッドに基くモジュール方式を採用して，プロモーションビデオの雛形を作ることにした。モジュールのフレーム内に，制作者が新しい要素を毎週付け加えることができるようにしたのです。
最も重要な条件は，チャンネル全体のデザインの統一感をあくまでも維持しながら，編集マンやプロデューサーが創造的になれるような構成を作ることだった。こうすることによって，プロモ，CMスポット，その他様々な要素をアップデートする際，SCI FIチャンネルのクリエイティブはすごく柔軟になることができる。
僕らはこのチャンネルのアイデンティ・デザインに際して，ロゴが飛び出てきて，消えて，おしまい，というようなよくあるフォーマットから遠ざかりたかった。僕らはSCI FIチャンネルのロゴを，デザイン的に統合する要素として組み入れた。このアイデンティティ・イメージには，現実世界との橋渡しをする多数の実写画像が内包されていて，一方でデザインの性格がそれらに独特の感じを与えている。というのは，このスポットは視聴者にはフィルムに封じ込められた束の間の一瞬，言ってみれば時のかけらみたいにみえるからである。」

Art Director Todd Mueller requested Manhattan Transfer to create a design system that worked the way Legos work; like interchangeable pieces of design that would allow producers to have fun.
"Our solution was to build a modular grid-based promo template," explains Jeremy Hollister Designer/Visual Effects Artist, adding, "it is built so that a producer could add something new every week within a modular framework. The most important requirement was to make a structure that would allow editors and producers to be creative while still maintaining the station's design aesthetic and format. This in turn affords the SCI FI Channel creative a great deal of flexibility when updating the promos, billboards and various other elements. When designing the station identities we knew we wanted to stay away from the standard formula of a logo that builds up and resolves at the end. We incorporated the SciFi logo, using it as an integral element of the design. The identities contain a great deal of live action elements that anchor them in the physical world, while the nature of the design gives them a unique quality. For the viewer the identities appear as a fleeting moment captured on film, a slice of time if you will."

Jeremy Hollister
Designer/Visual Effects Artist

^ sequences from
various tv spots

KIERAN WALSH
OPTION
Now
COLOUR
COLOUR
Reebok
Reebok
RIGHT THROUGH
THE CABLE
RIGHT THROUGH
THE CABLE
PBS
www.pbs.org
W MEN
W MEN
ENTIRE PLANET

E*TRA
E*TRADE
E*TRADE
womens
DISEASE
DISEASE
THE CABLE
W MEN
Category
Send Fax
NOW
LATER
NOW

MANHATTRANSFER

MT's Recent Project #3

STEVE REICH

Music for 18 musicians >>coldcut remix

The Album "Reich Remixed" was released at the beginning of this year, which is namely a remix album of Steve Reich, the master of minimalistic music, and Various DJs/remixers took part in it. MT created the promo for one of the most noteworthy tracks in the album: Music for 18 musicians Coldcut remix.

Jeremy Hollister, who for first time undertook director, explains, "the record label gave us a great deal of freedom regarding both the concept and the design of the video. Reich's music is in many ways about space and form. Using simple notes and phrases he is creates a complex soundscape composition. The visual style is an interpretation of the piece designed on the same principle. We purposely used a visually limited palette and explored it to develop a study of the human form, movement and architectural surroundings."

The piece premiered at RESFest 1999 a multi-city touring festival. Beginning in San Francisco (September 9-11), the festival will then make stops in Chicago, New York City, Los Angels, and Tokyo.

豪華DJ/リミキサー陣によるスティーブ・ライヒのリミックスアルバム「Reich Remixed」が今年度初頭リリースされた。その中から最も注目に値するトラックのプロモーション・ビデオをマンハッタン・トランスファーが手がけ，この9月にリリースされた。
今回の仕事は，レコード会社からコンセプトとデザインについてはかなり自由にやらせてもらえたという。

「ライヒの音楽は色々な意味で空間と形体に関するものだ。シンプルな音階とフレーズを使って，複雑な音世界の組み合わせを創り出す。映像のスタイルは同様の原理に基づいた，この曲の映像的解釈なんだ。僕たちはあえて視覚的な要素を限定して，そのなかで人体の形，動き，建築環境を探求してみたんだ。」と，この作品で初めてディレクターを務めたJeremy Hollisterは語る。

このビデオはRESFest1999（デジタル映像制作の展覧会。詳しくはhttp://www.resfest.com参照）に出品され，アメリカ主要都市及び日本に巡回する予定。

[this spread]
Title: Music for 18 musicians

Client:
Atlantic/Nonsuch Records
(Coldcut remix)

Artist:
Steve Reich

Length: 5:58

Airdate:
September 1999

International

Production Company/Editorial Company: Manhattan Transfer (New York, NY)
Live Action Directors: Jeremy Hollister, Patrick O 'Brin
Executive Producer: Connie Griffin
Director of Photography: John Sawyer
Avid Editor: James Mazzullo
Producer: Adam Schlossberg
Shoot Location: New York Metro Area
Design Studio / Postproduction: Manhattan Transfer (New York, NY)
Lead Visual Effects Artist/Designer: Jeremy Hollister
Designer/Animator: Eddie Pak
CG Animator: Patrick O 'Brien
Online Editor: Jeremy Hollister
Colorist: Chris Gennarelli
Producer: Adam Schlossberg
Executive Producer: Connie Griffin

MANHATTRANSFER

MT's Recent Project #4

CNET TV.com
CNET NEWS.com

Airing each weekend, CNET News.com will provide an in-depth look at the information economy and the businesses shaping it by offering perspective, opinions and insight.
" The key was to maintain the human connection and not go overboard using cool graphics that really don't belong there" says Micha Riss Manhattan's Creative Director. " I think we found a nice balance conveying the technical nature of the programs subject matter while maintaining a clean graphic approach that says " CNET. "

CNET NEWS.comは毎週末に放映され，情報経済とビジネスについての視座や意見を提供する番組である。
「人間とのつながりを保ち，必然性のないクールなグラフィックをむやみに使わないようにすることが，鍵だった。」とクリエイティブ・ディレクターのMicha Rissは語る。「CNETのイメージであるクリーンなグラフィックを保ちつつ，番組が扱うテーマの専門的な性格を伝える，いいバランスを見つけることができたと思う。」

Micha Riss
Creative Director

CNET TV.com features revealing stories on key people in the technology industry, the latest techno-trends and e-commerce issues as well as reviews of new products and useful web sites.
"This program is for viewers who want to keep up with the latest information trends, so we incorporated a sense of playfulness while still maintaining the overall feeling of importance - a show not to be missed, " explains Manhattan's Lead Visual Effects Artist/Designer Kieran Walsh. "Picking-up on the color scheme from CNET'S branded Internet network we worked in hues of yellow and red and incorporated green as an impetus for the techno-graphic elements."

CNET TV.comは新製品情報，ウェブサイト紹介と共に，技術産業界の業界秘話，テクノロジー界の最新トレンド，電子商取引などの話題を提供する番組である。
「この番組は常に最新情報を追い求める視聴者向けのものだ。そこで我々は「見逃せない番組」という全体感をキープしながら，遊び心を盛り込んだんだ。」とKieran Walshは語る。「お馴染みであるCNETのインターネットから配色をとって黄色と赤を基調色として作業し，テクノ系グラフィック要素のための刺激として緑を組み入れたんだ。」

Kieran Walsh
Visual Effects Artist/Designer

Client: CNET, Inc. (San Francisco, CA)
Titles: "CNET TV.Com", "CNET News.com"
Product/Program: "CNET TV.Com", "CNET News.com"
Length: Show opens and graphics packages
Airdate: October 1999
Production Company: CNET, Inc. (San Francisco, CA)
Director of Production: Bryan Glickman
Senior Producer: Michael McInerney
Directors: Michael McInerney, Vladimir Lubel
Senior Art Director: Vladimir Lubel
Director of Photography: Norman Bonney
Senior Designer: Stefanie Atkinson
Designer: Everett Campbell

Visual Effects & Design Studio: Manhattan Transfer (New York, NY)
Creative Director: Micha Riss
Lead Visual Effects Artist/Designer: Kieran Walsh
Visual Effects Artist: Julie Watkins
Designer: Hoon Chong
Online Editor: Kieran Walsh
Producer: Peter Metsopoulos
Executive Producer: Connie Griffin
Telecine: Varitel (San Francisco, CA)
Colorist: Bob Campbell

Audio Post/Music House: Sacred Noise (New York, NY)
Composer/Mixer: Michael Montes

MANHATTRANSFER

<< Visual Effect crew

^ Creative Directors

Kieran Walsh

Juan Rosenfeldt

Micha Riss

For more than 15 years, Manhattan Transfer has been a landmark on New York City's post production skyline. Initially founded as a telecine transfer house, Manhattan Transfer has transformed itself into a full service visual effects and design studio with a global business perspective.

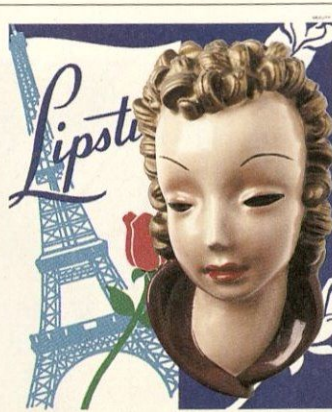
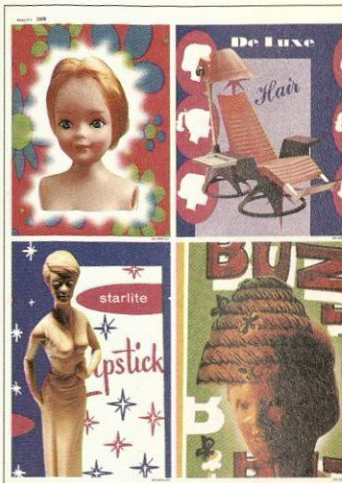
Working on a wide range of projects from complete channel redesigns to visual effects for high-end commercials, Manhattan]s fastest growing area is it's visual effects/design division. Over the past three years it has consistently created award winning work. This August the company opened its newly renovated 5000 square foot design wing which now houses both its broadcast design and CG divisions. The talented artists, designers, and animators at Manhattan Transfer work with high-end tools such as Discreet Logic's flame, inferno, and fire, Quantel's Henry, HAL and Paintbox, and CG software such as SoftImage I 3D, Alias Maya, 3D Studio Max, and a host of proprietary software tools created by Manhattan's team of in-house programmers.

15年以上に渡り，Manhattan Transferはニューヨークのポストプロダクション界における最前線として活躍してきた。
当初テレ·シネ変換所として設立されたManhattan Transferは，国際的な事業展開を視野にいれた，すべての設備を整えたヴィジュアル·エフェクト/デザインスタジオへと変貌を遂げてきた。

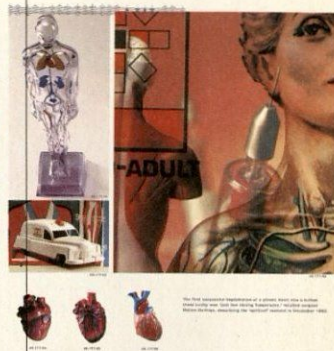
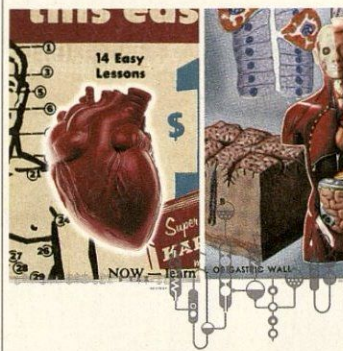
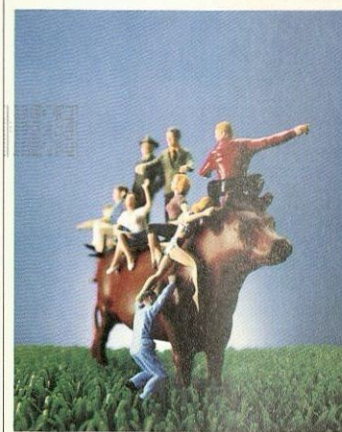
TVチャンネルの完全なリ·デザインからハイエンド·コマーシャルの為のヴィジュアル·エフェクトまで幅広いプロジェクトをこなす中，最も成長著しい分野はヴィジュアル·エフェクト/デザイン部である。このセクションは過去3年間に渡り，様々な賞をコンスタントに獲得している。
この夏，マンハッタントランスファーは5000フィート平方の広さを持つデザイン棟を新たに開設し，現在テレビ放送デザイン及びCG部を収容している。マンハッタントランスファーの有能なアーティスト，デザイナー，アニメーター達はDiscreet Logic社製のflame, inferno, and fireをはじめとする最上級の機材を用い，またマンハッタントランスファーの自社プログラマー·チームに支えられている。

The card features projects from their current broadcast design showreel, information about the creative staff, and most importantly how to contact them after having had a chance to view their work.
The cards can hold up to 30Mb of data-virtually anything that can be burnt on to a traditional CD-ROM.

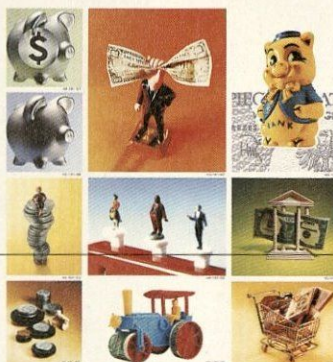
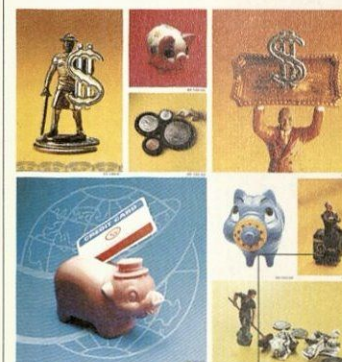
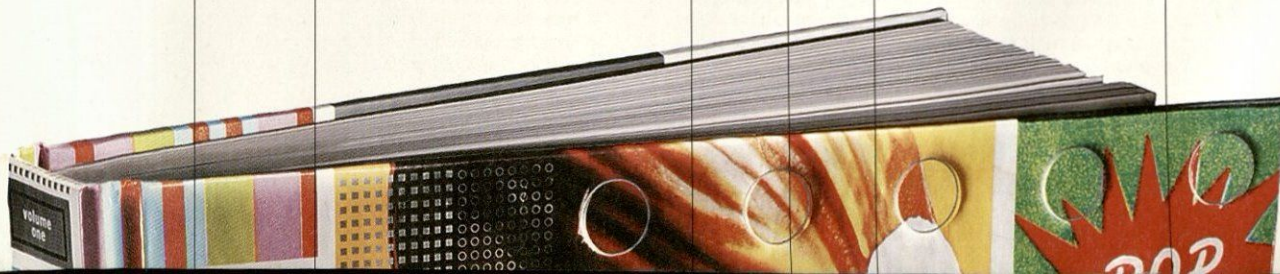
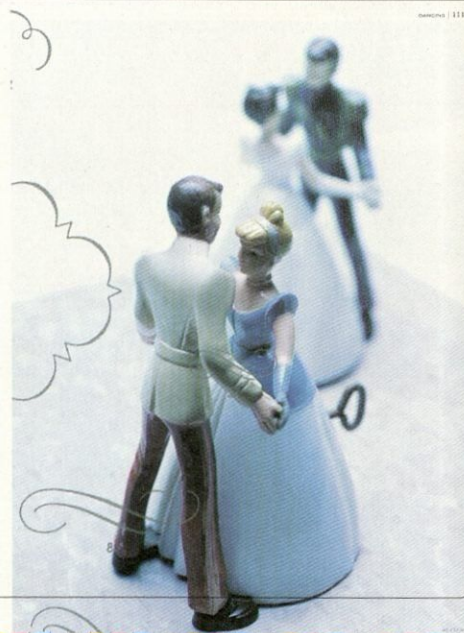
彼らがプロモーション用に配布している名刺はCD-ROMで読みとり可能である。
30MBのデータが収納可能なこのデジタル名刺には，彼らの仕事ののサンプル，制作スタッフについての情報，そして最も重要なことには，作品を見る機会があった後彼らにコンタクトをする方法が納められている。

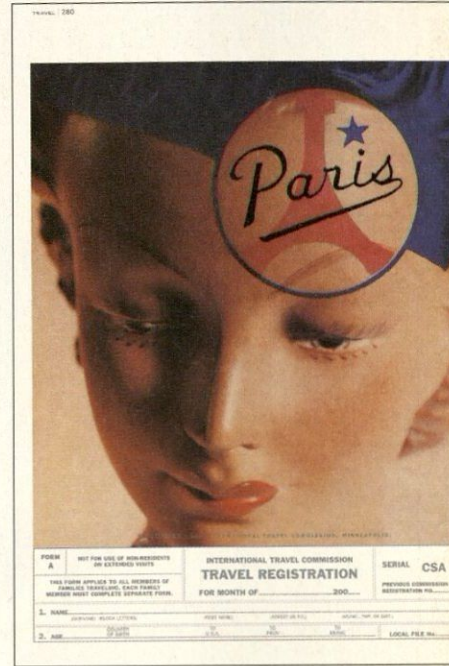
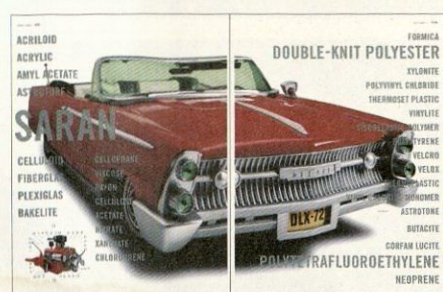
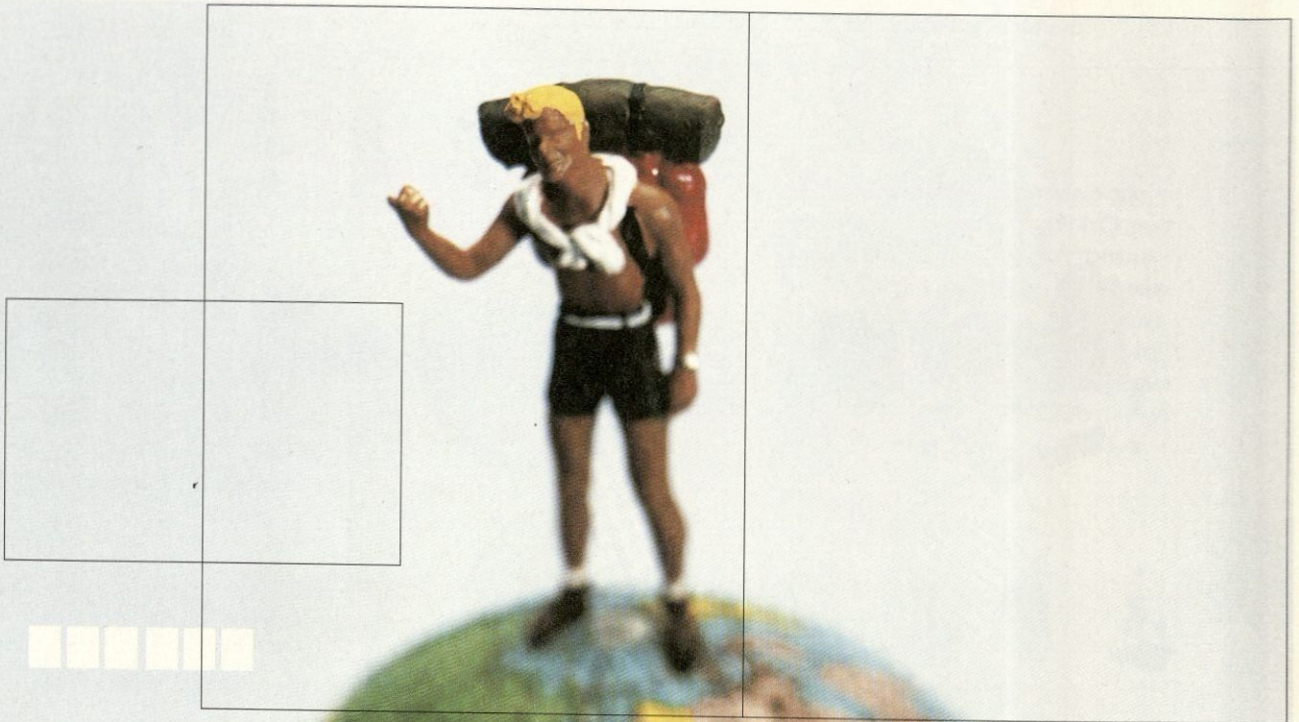
<< The Manhattan Transfer digital business card

CSA Plastock®

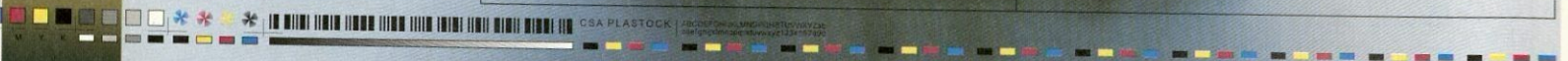
A special 320-page hardcover edition of the CSA Plastock Book entitled, "There's a Great Future in Plastics" has been produced in an extremely limited quantity of 3,000 signed and numbered copies. The book is reproduced heavy paper stock and contains over 2,500 images along with writing about the history of plastic by Stephen Fenichell. Check out www.csaimages.com for information and availability.

***P. 76 - 83の日本語解説文はP. 110にあります。

CSA Plastock is a digital synthesis of photography, design, and illustration. At the core of this collection is plastic, or more accurately, photographs of plastic objects. This book takes plastic outside its original context, treating these objects as vernacular sculpture: a type of mass-produced modern folk art. Arguably, plastic is still the most modern, versatile, and unnatural material ever devised. Malleable, amorphous, and ubiquitous, it can be shaped into any form and is defined by use. The photographs of these items reflect that very same nature. The initial digital photographs of the plastic objects were enhanced, reshaped, recolored, and composited to form the final images shown in the CSA Plastock Catalog.

This stock photography resource was conceived and designed by the Charles S. Anderson Design Company. Initiated by Charles Anderson's lifetime collection of over 100,000 plastic objects, the catalog contains over 2500 images.

2

3

➡ The Charles S. Anderson Design Company wanted CSA Plastock to be a flexible and interpretive resource. So in addition to the Plastock photographs, there are also Plastock visual components including backgrounds and cut-out objects that may be digitally mixed, allowing the art director or designer the ability to create individual custom stock images, a revolutionary new direction in the stock image industry.

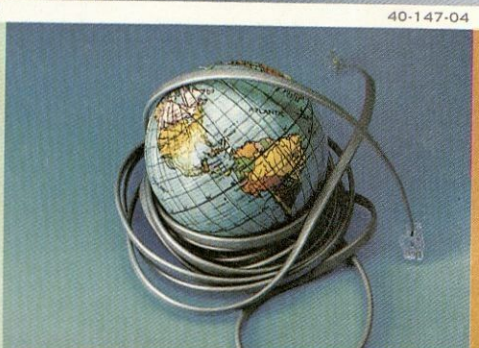
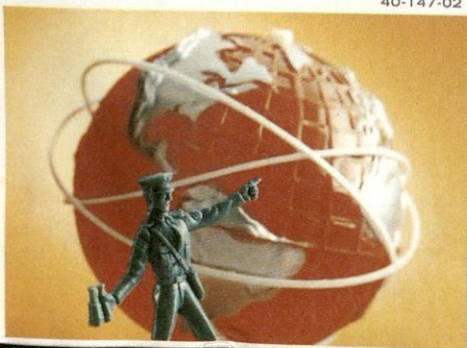
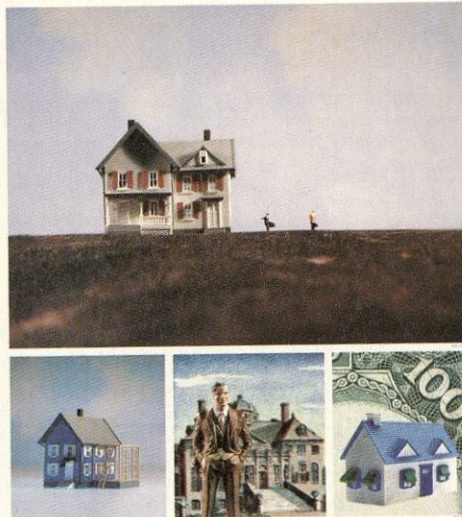
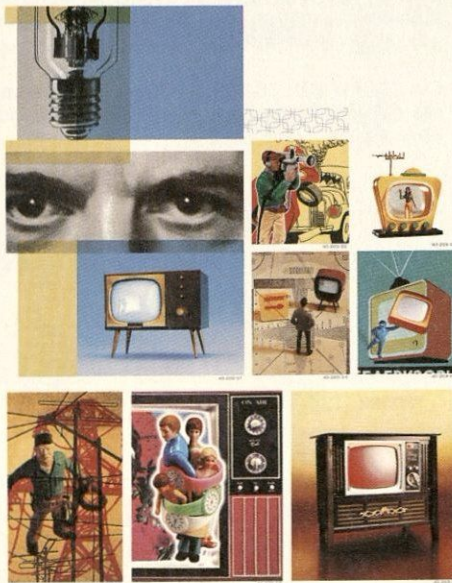
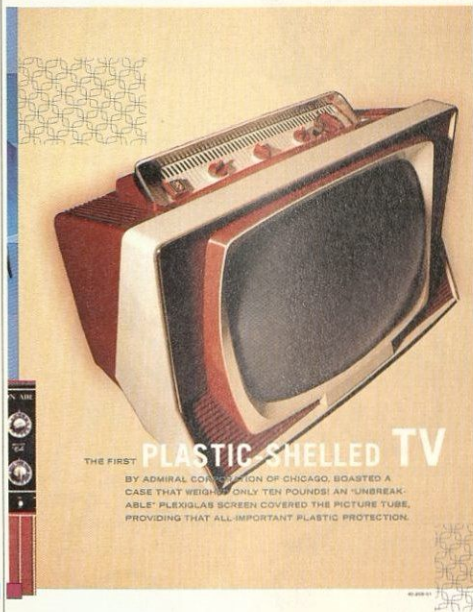
CSA Plastock is represented worldwide by Photonica / amana images. For more information on Photonica, please call their Tokyo office at 03-3406-1911, their London office at 0-171-278-4117, or their New York office at 212-505-9000. For further information on CSA Images, please visit their web site at www.csaimages.com.

5

YEARS BEFORE IT BECAME THE LAST WORD IN WHITE-TRASH AESTHETICS, DOUBLE-KNIT POLYESTER WAS ENTHUSIASTICALLY EMBRACED BY THE FASHION PRESS AS THE IDEAL MATERIAL FOR THE EMERGING DRIP-DRY, GLOBE-TROTTING JET SET.

CSA PLASTOCK

40-147-02

40-147-03

40-147-04

6

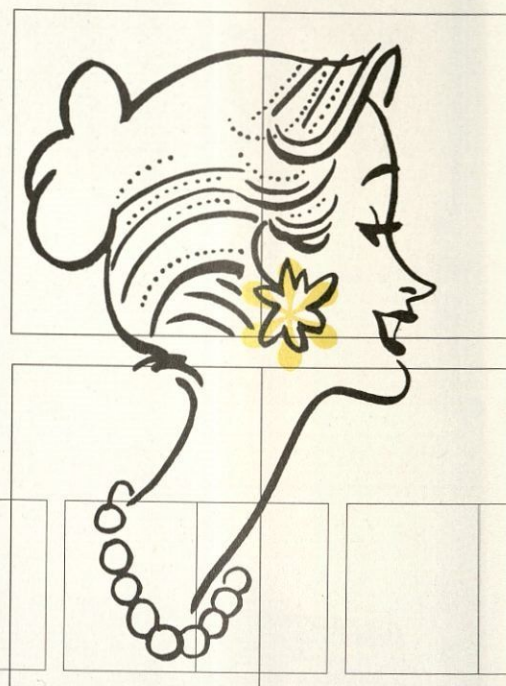
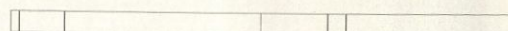
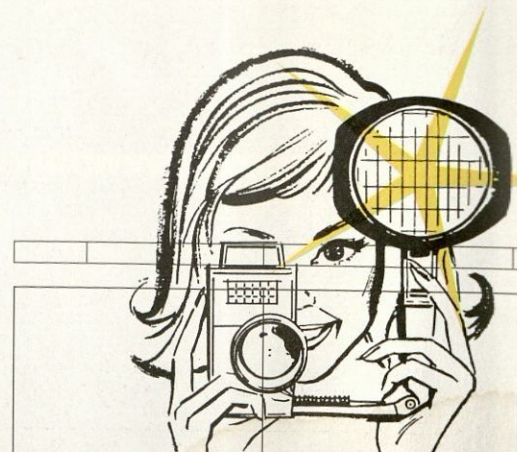
40-192-02

Charles S. Anderson Design Company, founded in 1989, specializes in identity, packaging, product design and development, and design for advertising. The company's influence on contemporary design has been recognized in national and international design publications and their work has been exhibited worldwide by museums and galleries including The Museum of Modern Art, New York; The Smithsonian Institution's Cooper-Hewitt Museum; The Library of Congress Permanent Collection; The Museum of Modern Art, Hiroshima; The Institute of Contemporary Arts in London; The Ginza Gallery in Tokyo; and The Museum Für Gestaltung in Zürich. Clients include French Paper, Nike, Levi's, Ralph Lauren, Nissan, Sony, Turner Broadcasting, and Paramount Pictures.

The design resources shown on these two pages are also available from or in conjunction with CSA Images.
For more information see www.csaimages.com and www.mrfrench.com

7

CSA Snapstock

CSA Snapstock is a unique stock line art resource that contains over 7,000 images. Drawing heavy influences from such late twentieth century art movements as Pop Art and Cubism, the illustrations contained in this collection take on a more textural and design-influenced style.

Like CSA Plastock, CSA Snapstock is stock imagery source for use in advertising, design, or product applications, with usage rates negotiated per project.

over 100000 Images available for use.

Mr. French™ Fonts, Elements, Images

Since 1871, the French Paper Company has been creating unique text and cover papers for printing. This tradition of print and the tactile look of ink on paper was the inspiration for Mr. French, a vast digital resource of compelling images, icons, design elements, typefaces...and the paper to print them on.

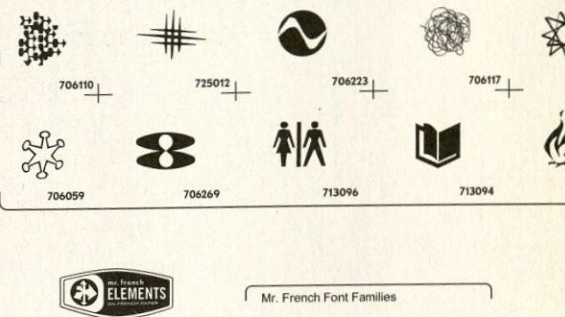
French Paper: frenchpaper.com

Mr. French: a one-stop resource for designers and art directors accessible 24 hours a day at www.mrfrench.com

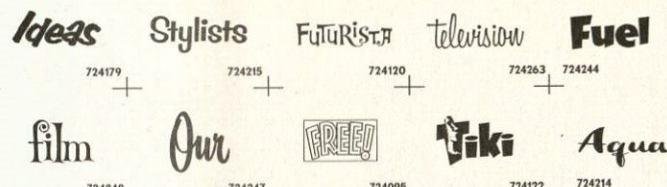
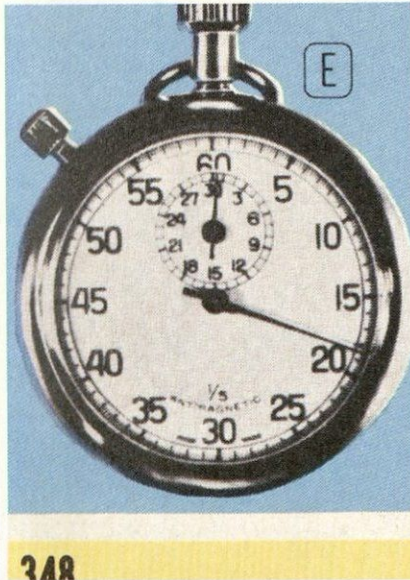
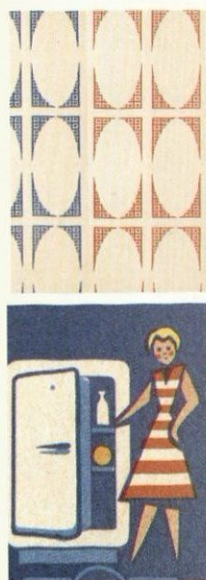
Mr. French Font Families

- Niles Thin
- Niles Regular
- Niles Oblique
- Niles Bold
- Niles Bold Obl.
- Niles Condensed
- Niles Bold Cond.Obl.
- Cylinder Thin
- Cylinder Regular
- Cylinder Oblique
- Cylinder Bold
- Cylinder Bold Cond.

Mr. French Snappy Fonts

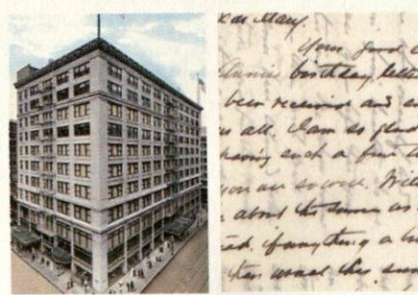
- Koten Reg.
- Koten Cond.
- Melvern
- Lollop
- Flookem
- Flummox
- Gladhand
- Potsky
- BESONIO
- Biffin

Mr. French San Serif & Slab Serif

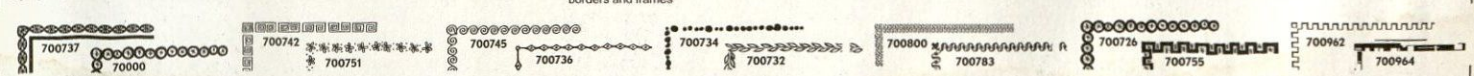
- MANZO
- Bigford
- Chuzpah
- Tanek
- Goliard Bold
- Goliard Bold Ext
- VALIN
- Mohan
- Paydirt
- Platon

8

Mr French™ Printstock

Average File Size

40MB Tiff
400dpi
8x10

File Format:
RGB standard
CMYK available*

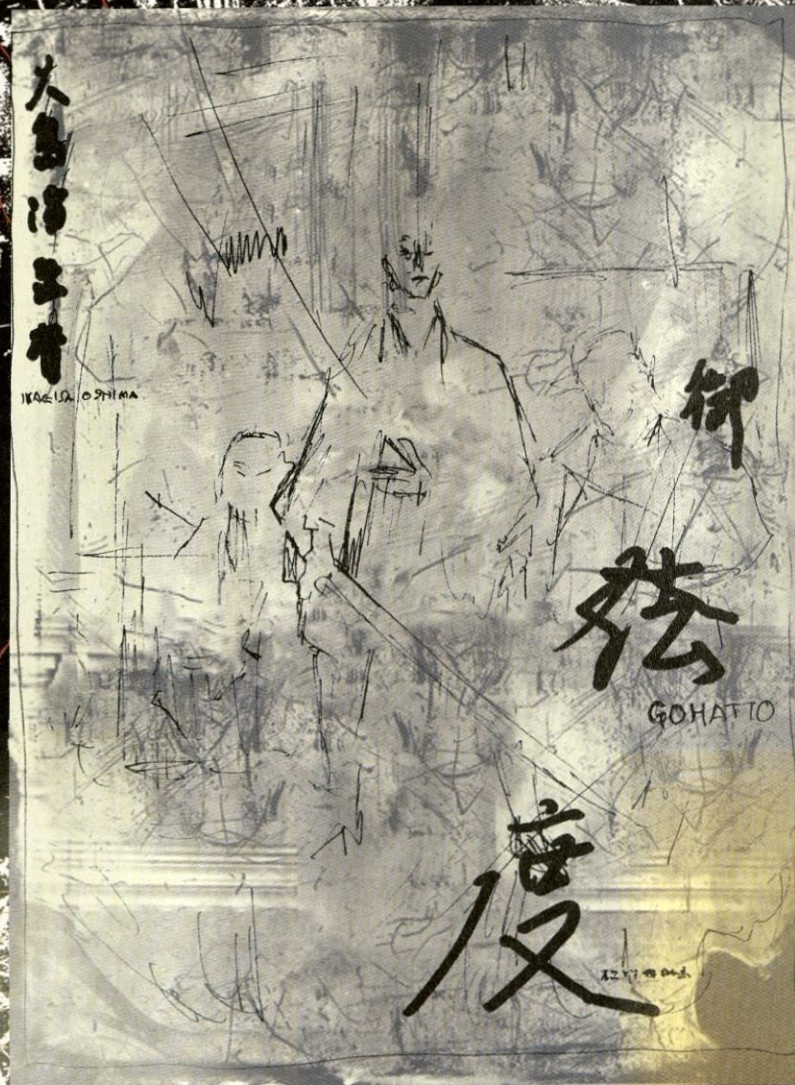
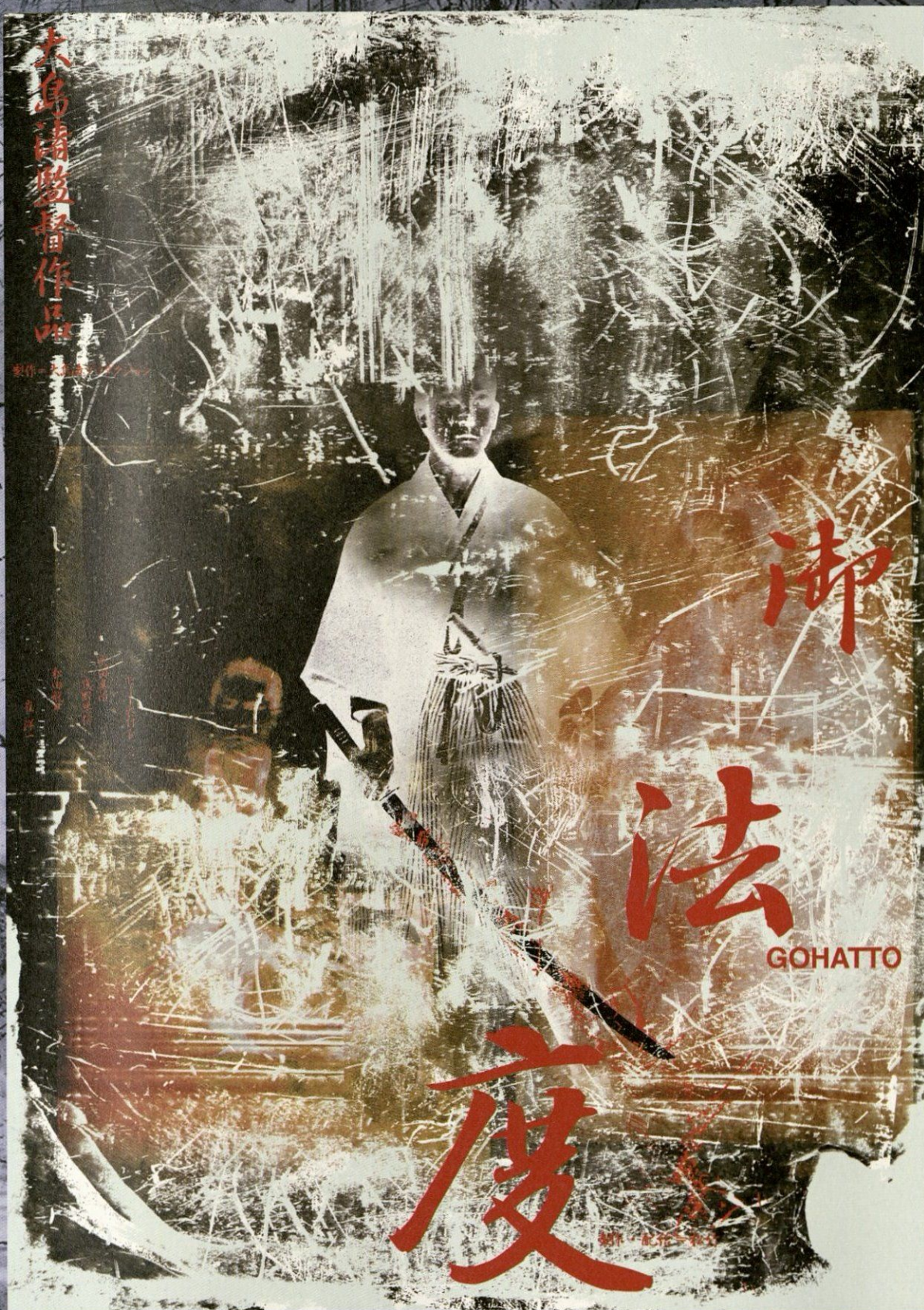
Reflecting the highs and lows of printed pop culture, "Printstock" is an ever expanding collection of the most diverse and eclectic stock imagery ever assembled. Thousands of images in multitudes of graphic, photographic, and illustrative approaches, and unified by the look of printed paper. Low-res comping images are available for immediate download.

royalty free

borders and frames

700737 70000 700742 700751 700745 700736 700734 700732 700800 700783 700726 700755 700962 700964

大島渚作
NAGISA OSHIMA
御法度
GOHATTO

御法度　CL: 松竹株式会社　1999　1030X728mm　オフセット

大島渚
NAGISA OSHIMA
御法度
GOHATTO

大島渚監督作品
御法度
GOHATTO

The Realistic Tone

From The Series **CLINIC**　　Photography by **YASUHIDE KUGE**

写真◉久家靖秀

ここにある久家靖秀の写真を見る前に，いくつか踏まえておくべき点がある。
病院(ここには実際に存在するものの他にドラマ用のセットもある)，歯科医，わが国ではなじみの薄いエンバーミング……。これらがモチーフとなった画面には，通常であれば視覚を通して「死」や「疾病」など血生臭い痛感をともなう情感を喚起する信号が条件反射的に意識の中に送り込まれる。
まずはこの意識を遮断する必要がある。
久家自身，このようなクリニカルな映像専門のカメラマンではなく，普段の仕事は圧倒的に雑誌などでの人物の撮影が多い。その反動として風景や無機的なものへと心が向かうのは，一表現者が自身の中でバランスを取るための自然な衝動として受け止めることができる。対象が有機的であれ，無機的であれ，リアルさの向こう側にある美質を写しだそうとする久家の視点は絶えず一定である。そしてここで久家のファインダー越しに収められたクリニカルな記録も，モチーフを異にする他の作品と何ら変わりはない。
我々は同じ日常にありながら，こういったクリニカルな環境に対しては身体的に植えつけられた痛覚的記憶によって充分な判断認識ができないでいる。例えばレストランでもいいし温泉でもいい。それらと，その対角にあるクリニカルな環境のいずれも「生きている瞬間」を実感する上では変わらない。しかし後者の方がはるかに直球的なのは，「生きる」ことの意識がそれと背反·同居する「死」や「苦しみ」といった暗い影を引くもう一つの意識によって強められるからである。よって，自ずとその場における視点はリアルな光景を目にしていながらも恐怖的な観念によって認識が歪められる。芸術の中にはこうした環境や場がもたらす死への連想力や畏怖を援用した作品も当然存在する。有名なところではウォーホルが事故現場の写真や，電気イスをシルクスクリーンで表現したものがあり，最近ではベネトンの広告やダミアン·ハーストの作品集に見出すことが出来る。だが，それらとここにある久家の作品とを同軸でとらえようとするのは間違いであり，事実，根本的に表現の目的が双方間で大きく違っている。久家の場合，恐怖も苦痛も怖いもの見たさの悪趣味的興味も表現上において必要としておらず，純粋にリアルな美質のみを求めている。
そもそも久家がこのようなクリニカルな写真を撮るに至ったきっかけとして，自身の子供の誕生があった。産まれたばかりの赤ん坊が発する不思議な色が彼の心をとらえ，生命の神秘の瞬間へと触れていくうちに，久家の眼前からは完全にクリニカルな場が持つ薄暗い意識は散消していた。そして彼の目に映ったこれらの環境は問題意識や人生観を左右するような重さから解き放たれ，それまでの日常の裏側的な存在から日常の一端へとその存在が変わっていくように，澄んだ心境の下，非常にシンプルな衝動に導かれてさらなる真実の姿へと近づいていった。一見，何気ない機器や空間が，生命，そして生きることへとつながっていく大いなる神秘。クリニカルならではの独特の機器の形態や空気感は畏怖の念を遥かに越えて，我々の手の及ばない生命の世界と現実とを繋ぐ聖域のような光をところどころに垣間見せる。
久家靖秀の作品は，ここに掲載した作品のみならず，すべての作品に渡って撮影からプリントワークまで一貫した自己管理の下で生み出されている。「今は写真は言葉のようになっていると思うんです」とは彼の言葉である。我々が彼のクリニカルな作品から前述したような神聖な「光」を感じるのは，彼ならではのテクニカルなプリントワークもさることながら，実際にそれぞれの現場を体感した久家の気持ちが「素直な言葉」として写真に表れているからではないだろうか。
ともあれ，我々は久家靖秀の視点とクリエイティヴティを通じて，薄暗く重く垂れ込んだ暗雲を突き抜け，日常の裏側から繋がっている光をまとった生命の聖域をすぐ目の前にある事実として再認識するのである。

(編集部)

Before viewing Yasuhide Kuge's photographs here, there are some points we should take into account. Hospitals (in addition to the real ones, some of them here are theatrical sets), dentists' offices, embalming work that is not well-known in Japan. . . His photographs of such motifs normally send a signal visually to our consciousness as a conditioned response that arouses some emotions accompanying bloody pains such as 'death' and 'diseases'. We need to exclude such consciousness first.
Kuge is not a photographer who specializes in such clinical visuals. Instead, his regular works are overwhelmingly of portraits for magazines. His desire for landscapes and something inorganic as a reaction to his regular works can be understood as a natural impulse of an artist to create internal balance. Whether his subjects are organic or inorganic, Kuge's viewpoint is unchanged at any time as he tries to capture the beauty behind the realness. These records of clinical scenes Kuge caught with his camera are in line with his other works of different motifs.
Our memory of pain disables us to pass fair judgment or fully understand such clinical environments although they are part of our daily life. Restaurants or hot spas, for example, have nothing different from the clinical environment with which they are of a sharp contrast in terms of giving the sense of 'the moment of being alive'. The latter, however, is much more straightforward as the consciousness to 'live' is emphasized by the darker consciousness of 'death' and 'suffering' that are contradictory yet co-existing. Therefore, recognition is distorted by the notion of fear despite the viewpoint that witnesses a real sight. Naturally, there are some artworks that employ an association with death and the sense of dread that such an environment or a scene gives. Well-known examples are Andy Warhol's silk screen works that depicted accident scene photos and an electric chair. More recent examples are of Benetton advertisements and Damien Hirst's. However, it is wrong to understand these photographs of Kuge's on the same axis with those examples. In fact, a huge gap is found between his works and the others in terms of the fundamental purpose of expression. In expressing, Kuge does not need fear or pain or an interest with a bad taste of wanting to see the dreadful. He purely pursues the realistic beauty alone.
The birth of his own child led him to start shooting these clinical photographs. The wonderful colors the newborn baby gave out captivated him. As he was feeling for the moment of the mystery of life, the gloomy notion that a clinical place has totally disappeared from him. These environments in his eyes were relieved from a sense of issues and the heaviness that can determine someone's view of life. As they became part of the everyday life from the hidden being, Kuge was prompted by a very simple impulse to approach their more truthful state with a lucid mental frame. An awesome mystery that seemingly casual equipment or space is connected to life, and to living. Shapes unique to the clilnical equipment and senses of the air go well beyond the sense of awe. They show here and there some sacred light that connects the world of life that we cannot control and the reality.
Yasuhide Kuge consistently produces all of his works from shooting to print works, not just these printed here, under his own control. "Photographs are now like words," says he. Why do we sense the sacred 'light' mentioned before in his clinical works? I believe it is because his emotions he actually experienced at each site are expressed as "honest words" in his photographs, in addition to his technically superb print works.
In any event, through Yasuhide Kuge's viewpoint and creativity, we have a new appreciation of the sanctuary of life covered with light that is connected from behind of the ordinary daily life and is shining through the gloomy and heavy clouds as the fact in front of our eyes. **(Ed.)**

[くげ・やすひで]
1962年生まれ
1989年よりフリーランスとして活動

◎1994-95年　STREET STYLE展(VICTORIA & ALBART MUSEUM, LONDON)参加
◎1995年　『NUMBER』スポーツ写真展—BLOW UP! FACES IN THE SPORTS 参加
◎1996年　神戸ファッション美術館写真収蔵
◎1996年　『ALIENS』出版
◎1998年　立花文穂作品集「紙々」撮影

YASUHIDE KUGE
Born in 1962
Began to work as a freelance photographer

1994-95 Joined "Street Style" at Victoria&Albart Museum, London

1995 Joined "BLOW UP! Faces in the Sports" the photo exhibition for Number Magazine

1996 Work housed in Kobe Fashion Museum

1996 Published "ALIENS" (book / CD)

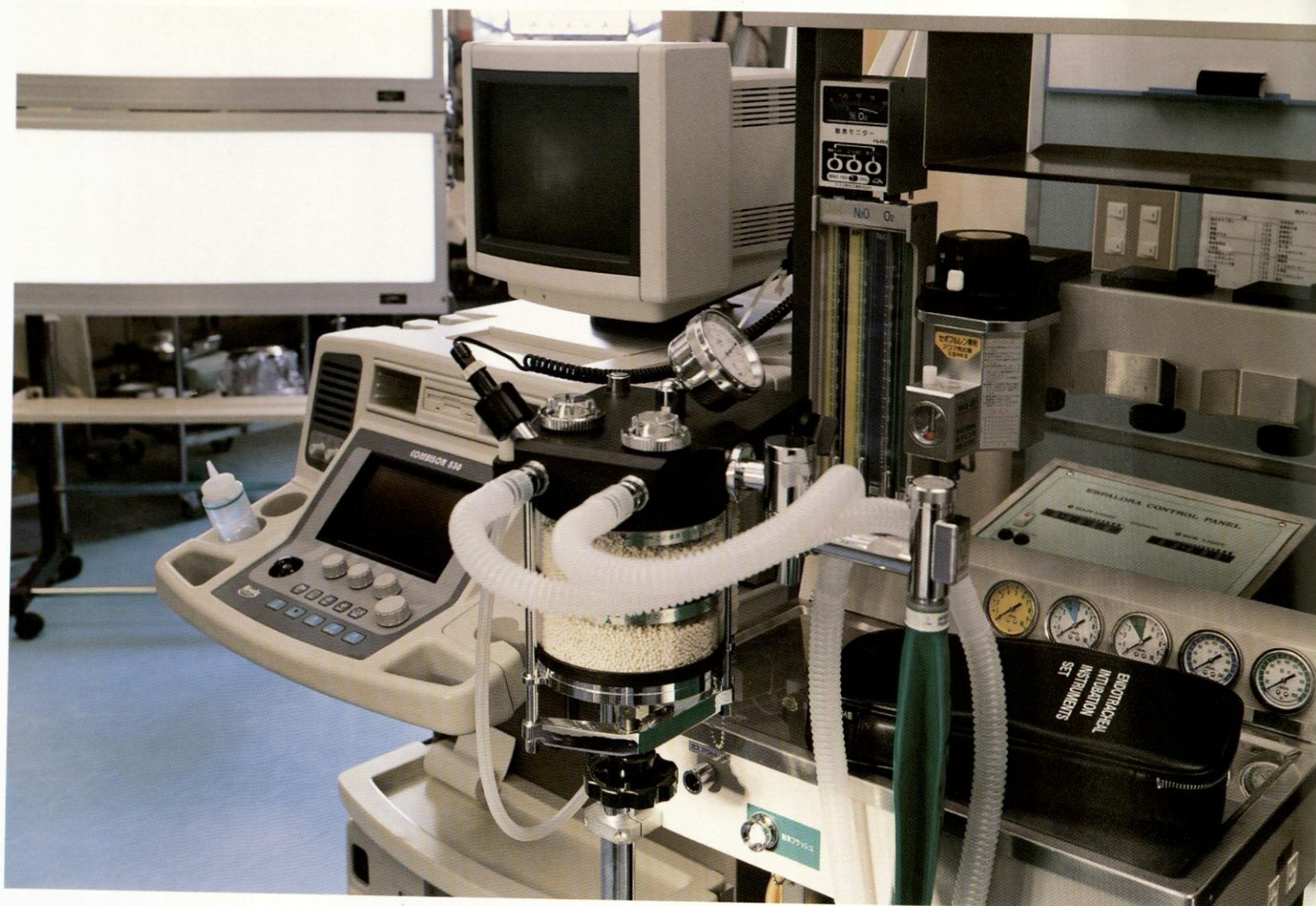
1998 as photographer in Fumio Tachibana's art book "Kami -Gami"

[pp.88 -104 | Editorial Cooparation: **Masayoshi Nakajo**

凝集沈殿装置
反応槽
原水ポンプ
原水タンク
汚泥ポンプ
排水ポンプ
排水ピット
中間水タンク
OSSEO-MICRO FILTER
IMS JAPAN INC.

READY
X-RAY
kV
WARNING:
THIS X-RAY UNIT MAY BE DANGEROUS TO PATIENT AND

ゆうパック
KARKINOS
耳・鼻の解説図

T MATSUI
TOKYO KYOTO
TM-3 AUDIOMETER
LINE ADJUST
HEARING LOSS D.B.
SIGNAL
LAMP
FREQ
BONE
250
500
1K
2K
4K
8K
ON
TM NEBULIZER UNIT DSA TYPE
WEAK
STRONG
ADJUSTER
AUTO SUCTION

NEWS & INFORMATION

ニュース，インフォメーション，展覧会などの情報掲載を希望される方は上記の番号までFAX，または郵送でお送り下さい。掲載料は無料です。
あて先=〒113-0033　東京都文京区本郷3-3-11　株式会社 誠文堂新光社アイデア編集部N&I係。
If you have exhibition or other news and information you would like listed (free of charge), please fax your press releases to our editorial office at Seibundo Shinkosha Publishing Company.　address=Seibundo Shinkosha Publishing Co., Ltd. 3-3-11 Hongo Bunkyoku, Tokyo 113-0033, Japan

19th Brno Biennale 2000
21.6 -24.9.2000

Graphic design and type in books, magazines,newspapers and new media. The 19th international Biennale of Graphic Design Brno 2000 will take place in Brno (Czech Republic) since June 21 to September 24, 2000.
The organisers are the Ministry of Culture of the Czech Republic and the Moravian Gallery in Brno, the co-organisers are the City of Brno, the Brno Biennale Association, the Design Centre of the Czech Republic and the Union of Visual Artists of the Czech Republic.
The event is endorsed by ICOGRADA the international Council of the Graphic Design Associations.
Books, magazines and newspapers, type design and new media will be exhibited.
Submitting an entry is free of charge. The exhibits sent in wil be judged by a pre-selection committee composed of Czech and at least one foreign expert.
At the opening the international Jury: David Carson (USA), Gert Dumbar (The Netherlands), Clara Istlerova (Czech Republic), Mitsuo Katsui (Japan), Ales Najbrt (Czech Republic), Rick Poynor (UK), Wang Xu (China) will announce the Grand Prix, Gold, Silver and Bronze Medals in each category and the special prizes. Also on June 21-23, 2000 the international lecture symposium on the theme: Design as an open space will take place in Brno.The lectures will be simu-ltaneously interpreted into four languages.
The deadline for sending exhibits is January 15, 2000.
The conditions of entry to the Brno Biennale exhibition as well as information on the symposium can be obtained at the address below:
Brno Biennale Moravska galerie
Husova 18, CZ-662 26 Brno,
Czech Republic
Tel: +420 5 42211464
Fax: +420 5 42215758
E-mail: bienale@mg-brno.anet.cz
http://www.bienale-brno.cz

[TERMS OF PARTICIPATION]

1. EXHIBITION CATEGORIES

1. Books (concept of a book, typographic layout of book page, title page, heading, end-paper, serial bindings, illustrations); book cover, sheet music (including CD covers), exhibition catalogues.
2. Magazines and newspapers (concept of a periodical, typographic layout of a page, magazine cover, newspaper headings,magazine and newspaper illustrations).
3. Type (design of new typefaces for books and periodicals, DTP and PC).
4. New media (graphic design of electronic information: CD-ROM, computer games,WWW pages,etc).

NOTE >>

promotional illustrations for press advertising or promotional printed matter, covers, illustrations and layout of promotional brochures and publications, annual reports, company catalogues, etc., individual book bindings and advertising WWW pages.

2. PARTICIPATION

Designers/artists who wish to participate should apply directly to the organizer for application forms. They may apply on their own behalf; or on behalf of an organization of which they are members; or through a publishing house, agency or company for which they work.

3.NUMBER OF SUBMISSIONS

Each designer/artist may enter a maximum of 8 submissions from one or several books or magazines. One submission is deemed to mean one illustration only (1 page), one typographic layout (1 page), one cover, etc., not a set of works. In the category of new media: 8 printed outputs of A3 format (42×30cm) + information medium (CD-ROM, video or internet address). Only works published between 1996-1999 shall be accepted.

4. DELIVERY OF SUBMISSIONS

Each submitted exhibit should bear a label containing data identical with those in the Application Form. Two copies of each work shall be sent, unframed and unmounted, in a hard protective cover together with a signed entry form and photo-graphs (See/5/). The exhibits must arrive by 15 Jan.2000 at the latest.
Any package burdened by any outstanding customs or postal fees shall not be accepted.

5. EXHIBITION PROMOTION, AND CATALOGUE

It is desired that each entrant provide colour slides of two or three exhibits to assist the organizer in promotion of the exhibition. A condition of entry is that the organizer is entitled to freely use any submitted photographs and / or slides (including the making of photo / slide reproductions and video recordings of the exhibits) in order to promo the exhibition, produce the catalogue, the electronic media, and for educational purposes.
The illustrated catalogue, published by the organizer, will be available to each entrant at a 50% discount.

6. RETURN OF EXHIBITS

The works entered for the exhibition shall not be returned or insured, unless a special request is received from the entrant concerned, and then only after the full payment of all related costs. The prize winning and some other selected works shall become part of the Brno Moravian Gallery's collections.
Each exhibitor shall receive a certificate of participation after the exhibition.

7. SELECTION OF EXHIBITS
The Pre-selection committee shall make selections from the submitted works in accordance with its professional experience, and with regard to the entrant having complied with the terms of participation, and space available.
Pre-selection committee:
PETR BABAK (Prague),
PAVEL HRACH (Prague),
KALIOPI CHAMONIKOLA (Brno),
IVA JANAKOVA (Prague),
MIROSLAV KUDRNA (Prague),
TOMAS MACHEK (Prague),
ALES NAJBRT (Prague),
MARTA SYLVESTROVA (Brno),
DUSAN JUNEK (Bratislava),
CHRISTIEN VAN YZENDOORN (The Netherlands)

8. AWARDS
The works on display at the 19th International Biennale of Graphic Design Brno 2000 shall be judged by the international jury which shall award the Grand-Prix(the Golden"B"); together with the Gold, Silver and Bronze medals in each of the separate categories.
In addition to these, the jury shall also confer the "ICOGRADA Excellent Award" and other special prizes. The "President of the Brno Biennale 2000 Award" shall be presented by the president of the Brno Biennale independently from the jury. Upon conclusion of the Biennale, the Critics Award shall be awarded following a vote by journalists and critics.
The international jury:
DAVID CARSON (USA)
GERT DUMBAR (The Netherlands)
CLARA ISTLEROVA (Czech)
MITSUO KATSUI (Japan)
ALES NAJBRT (Czech)
RICK POYNOR (UK)
WANG XU (China)

ブルーノ・ビエンナーレ 2000 来年6月21日開催に先立ち応募作品を募集

第19回国際グラフィックデザイン・ビエンナーレ・ブルーノ2000がブルーノ市(チェコ共和国)にて，2000年6月21日から9月24日まで開催される。
主催は同国文化省とブルーノのモラビアン・ギャラリー(共催はブルーノ市，ブルーノ・ビエンナーレ協会，チェコ共和国デザインセンター，チェコ共和国ヴィジュアルアーティスト協会。ICOGRADA協賛)で，書籍，雑誌，新聞，タイプデザイン及びニューメディア各部門の展示が行なわれる。
応募料は無料。応募作品はチェコ国内及び最低1名の外国人の専門家からなる予備選考委員会が審査し，オープニング時に国際審査員団がグランプリ，金賞，銀賞，銅賞の各賞をそれぞれの部門ごとに，また特別賞も併せて発表する。また2000年6月21日から23日まで「開かれた空間としてのデザイン」をテーマにした国際シンポジウムも開催。シンポジウム中の講演は四ヵ国語の同時通訳付。
作品応募締切は2000年1月15日。
作品応募要項は下記の通り。
問い合わせ先は英文参照のこと。
【応募要項】
1. 展示部門
1: 書籍部門（書籍の構想，本1P分のタイポグラフィのレイアウト，タイトルページ，見出し，見返し，シリーズ本の装丁，挿画）：表紙，楽譜(CDジャケットを含む)，展覧会図録。
2: 雑誌・新聞部門(雑誌の構想，タイポグラフィのレイアウト，雑誌の表紙，新聞見出し，雑誌及び新聞挿画)。
3: 活字部門(書籍，雑誌，DTP及びコンピューターのための，新しいタイプフェイスのデザイン)。
4: ニューメディア部門（電子情報用のグラフィックデザイン：CD-ROM，コンピューターゲーム，ウェブサイト等)。
注意: 報道広告宣伝用イラスト，または宣伝用印刷物，書籍の表紙，宣伝用パンフレット・出版物のレイアウト及びイラスト，会社年鑑，カタログ等。単行本の装丁，宣伝用ウェブサイト等が該当。
2. 参加方法
参加希望のデザイナー及びアーティストは，主催者から申し込み書を直接取り寄せの事。個人の資格での参加，所属団体を代表しての参加，あるいは雇用されている出版社や代理店，会社を通じての参加が可能。
3. 応募点数
単一または複数の書籍・雑誌から，1人最大8点まで。ここで言う1点は，イラスト1点(1P)，1タイポグラフィックレイアウト1点(1P)，表紙1点 等であり，組になった作品全体を意味しない。ニューメディア部門ではA3(42×30cm)に出力された印刷物8点とそのメディア(CD-ROM，ビデオまたはインターネットアドレス)。1996年～1999年の作品のみ応募可。
4. 作品の搬入
応募作品に申込書と同様の情報を記入したラベルをそれぞれ添付の事。作品1点につき2部ずつ，マウントまたは額装をせずに作品を保護できる硬いカバーに入れ，署名入りの申込書を添付の上送付する(項目5参照)。
応募作品は2000年1月15日必着。
関税がかけられた作品，もしくは郵便料金不足の作品は受け取り不可。
5. 応募作品の宣伝と図録
主催者の宣伝用に，参加者は応募作のスライドを2～3枚ずつ用意する事が望ましい。宣伝，図録あるいは電子メディアの作成，または教育目的での利用のために，参加者の応募作品またはスライドを主催者が自由に使用できる事が参加条件である(写真またはスライドの転載とビデオによる作品の収録を含む)。参加者は主催者発行の図解入りのカタログを50%引で購入できる。
6. 応募作品の返却
当該参加者からの特別な要請があり，かつ所定の費用が支払われた場合以外は返却しない。受賞作品および選ばれた何点かの作品は，ブルーノ・モラヴィアン・ギャラリーの所蔵品となる。
参加者にはビエンナーレ終了後に参加証が渡される。
7. 作品の審査
予備選考委員会が，応募作品が参加条

House IndustriesからHouse-A-Ramaフォントセット発売

House Industriesは，「Sign Painter」や「Tiki Type」など，アメリカの大衆文化のなかから生まれてきた書体をモチーフに，独自の味わい深いフォントをリリースしてきた。この様な態度は彼らの言葉によれば「近代文化のなかで生まれてきた図像を保存する」ためであるという。
今回，1950年代のボーリング場をモチーフにした「House-A-Rama」フォントセットがリリースされた。
このセットにはLeague Night，Strike!，Kingpinのアルファベット3書体。Tenping，Gutterball，Hign Rollerの3つの図像フォント。及び，17のクリップアートが収められている。他のフォントと同様，いずれもペンやブラシの質感を完全にデジタルフォント化することに成功している。
House-a-rama セットは100ドル+送料で，www.housindustries.comから購入可能。もしくは下記住所に問い合わせのこと。

HIGH ROLLER

House Industries
P.O Box 30000
Wilmington, DE 19805

Phone:+1-302-888-1218
Fax:+1-302-888-1650
www.houseind.com

STRIKE!
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789!@#$%^&*(){}+

件を満たしているか，また会場のスペースに合ったものかを考慮し，プロとしての経験から応募作品の選抜を行なう(予備審査員会メンバーは英文参照)。

8. 賞

展示作品は国際審査団が審査し，グランプリ(Golden "B"賞)と共に各部門の金賞，銀賞，銅賞を決定する。さらに審査団は「ICOGRADA優秀賞」，その他の特別賞も審査。「ブルーノ・ビエンナーレ2000組織委員長賞」は，これらの賞とは別に，単独で組織委員長から授与。ビエンナーレの締めくくりとして，ジャーナリストと評論家の投票に続いて「評論家賞」の授与が行われる。国際審査員団メンバーは英文参照。

THE 6TH INTERNATIONAL POSTER TRIENNIAL IN TOYAMA, 2000

This exhibition of posters chosen from throughout the world is intended to provide a review of the current state of international poster design.

[ORGANAIZER]
The Museum of Modern Art, Toyama

[DATE]
5th August to 29th October, 2000

[SITE]
The Museum of Modern Art, Toyama

[ENTRY QUALIFICATIONS]
All entries must be the work of the entrant, printed in poster from after 1997. Entries should be no smaller than 36.4×51.5cm (14.3×20.3inch) and no larger than 180 × 120cm (70.9×47.3inch), and must fall into either of the following two categories:
(A) Printed and published posters
(B) Unpublished poster inself-promotion (It' s theme is freely. But it must be put the word "ITP 2000" as credit.)

[NUMBER OF ENTRIES]
Not more than three per artist or group in each categorie.

[REGISTRATION FEES] None

[ENTRY DEADLINE]
All entries must be received at the following address by March 20. 2000.
The Organaizing Committee of IPT 2000
The Museum of Modern Art, Toyama
1-16-12 Nishinakano-machi
Toyama-shi, Toyama, JAPAN
Tel: +81 76 421 7111
Fax: +81 76 422 5996

[SCREENING]
The National Jury will select all posters for the exhibition.
Prize will be awarded by the international Jury.
National Jury:
Kazumasa NAGAI, Ikko TANAKA, Shigeo FUKUDA, Masataka OGAWA, Mitsuo KATSUI, Koichi SATO, Masatoshi TODA, Makoto SAITO, Kaoru KASAI, Kenya HARA
International Jury:
Brad Holland (USA),
Uwe Loesh (Germany),
Niklaus Troxler (Switzerland),
Mitsuo KATSUI (Japan),
Masataka OGAWA (Japan)

[PRIZE]
Grand-Prix ……………1 million yen (one from both categories)
Gold Prize ………500,000yen each(one per categories)
Silver Prize ………300,000yen each (three prizes from both categories)
Bronze Prize ……100,000yen each (ten prizes from both categories)
Yusaku Kamekura International Design Award ………500,000yen (one from both categories)

第6回世界ポスタートリエンナーレ・トヤマ2000
世界に向けて作品募集中!

2000年8月5日から10月29日まで，富山県立近代美術館にて「第6回世界ポスタートリエンナーレトヤマ2000」(略称IPT 2000，主催：富山県立近代美術館)が開催される。これは世界のポスターデザインの現況を概観するために世界各国から公募・選抜されたポスター作品を展示公開する国際展覧会で，今年もまた開催に先立って時代を示唆するなポスター作品を公募する。応募資格は一切不問。詳しい応募要項等の申し込みは下記までお問い合わせを。

【募集作品】
応募者本人が制作した平面表現のポスターとする。フロッピーによる応募は不可。サイズは36.4×51.5cm～180.0×120.0cmの範囲内。
A部門：実際に印刷発表されたポスター(1997年以降に製作されたもの)
B部門：オリジナル自主制作ポスター(テーマ特定はないがIPT2000の文字を必ずポスター内に入れること)

【出品点数】
1人または1グループにつきA，B部門それぞれ3件以内。シリーズポスターは3点以内で1件とみなす。

【出品料】無料

【応募締切】2000年3月20日必着

【審査】
同美術館が組織した第一次審査会によって選出された入選作品の中から，第二次審査会によりAB両部門の入賞作品を決定する。
第一次審査員：永井一正，田中一光，福田繁雄，勝井三雄，佐藤晃一，葛西薫，戸田正寿，サイトウ・マコト，原研哉，小川正隆
第二次審査員：ウーヴェ・レーシュ(ドイツ)，ニクラウス・トロクスラー(スイス)，ブラッド・ホーランド(アメリカ)，勝井三雄，小川正隆

【賞・賞金】
グランプリ…両部門で1点　100万円
金賞…… A・Bそれぞれ1点　50万円
銀賞…………両部門で3点　30万円
銅賞……… 両部門で10点　10万円
亀倉雄策国際賞… A・B両部門の入選者から1名選出し，賞状，トロフィー，賞金50万円を授与

【作品送付・問い合わせ先】
〒939-8636
富山市西中野町1-16-12
富山県立近代美術館　IPT 2000係
Tel: 076-421-7111
Fax: 076-422-5996

International Biennale of Graphic Design Moscow 2000

[Organizers]
Academy of Graphic Design, Association Golden Bee, Association of Designers of Russia, Design Union Magazine, Expo ParkFirm, Kak Magazine, Linia Grafic Firm, Ministry of Culture of Russian Federation, Russian Design Center.

[Entry categories]
Posters: Posters published between 1999-2000. No special format or printing technique is required.
One slide or transparence must be submitted with every entry.
Brochures: Printed matter, covers and layouts of promotional brochures, annual reports, exhibition or company catalogues, etc. published between 1999 - 2000.
T-shirt Design: T-shirts manufactured between 1996 - 2000.
Number of entries is unlimited.

[Participation fee] None

[Deadline] 15. 2. 2000 .

[Entry Form & Entry Label]
You can make form & label with neccesary infomation. Also make description of work in free view. They must be filled in block letters. Labels must be attached to the buck of the pieces with adhesive tape (don't glue). Make a copy of the entry form, if necessary .

[International Jury]
Shigeo Fukuda (Japan),
Serge Serov (Russia),
Leonardo Sonnoli (Italy),
Stephan Sagmeister (USA),
Niklaus Troxler (Switzerland).

[Awards]
Golden Bee Grand Prix, Golden Bee Awards and Special Awards.

[Exhibition]
Entries selected by Pre-Selection Committee will be displayed at Moscow Central Artists Hall.
April Exhibition Entries selected by Pre-Selection Committee will be displayed at Moscow Central Artists Hall April 4 - 9, 2000.

[Accompanying events]
Special show "The Best posters of 90's from Golden Bee1-4", exhibition "Design and Advertising", inter-national symposium and numerous other accompanying events will take place at the biennale-week.

[Catalogue]
Anillustratedretrospective catalogue "The Best from Golden Bee 1-5" will published after biennale.

[Mailing address]
LiniaGrafic Golden Bee
Russia 117049 Moscow
Kaluzhskaya Square 1
Please don't forget to mark "Printed matters", "Non-commercial value", etc. for customs.
Fax: +7 95 230 3452
Tel & Fax: +7 95 211 5966
Dr. Serge Serov
Golden Bee President
E-mail: serov@mega.ru
Internet: http://golden bee.design.ru

国際ビエンナーレ
グラフィックデザイン
モスクワ2000 作品募集

【主催】グラフィックデザインアカデミー，Golden Bee 協会，ロシアデザイナー協会，他(以下英文参照)

【募集部門】
ポスター：1999～2000年に発表されたもの。形体，印刷手法は自由。

1作品につきポジ1枚を提出のこと。
パンフレット：印刷物，宣伝用パンフレットの表紙とレイアウト，年鑑，展覧会や企業のカタログなど1996～2000年に発行されたもの。
Tシャツデザイン：1996～2000年に製造されたTシャツ。
何点でも応募可。
【参加料】無料
【締切】2000年2月15日
【応募書類・応募票】
応募用紙からコピーを取るか，基本的な情報とともに自由に作成すること。必要であれば作品の解説も。
応募票にはブロック体で記入し，作品の裏に粘着テープで貼り付ける(糊付けは不可)。応募書類は必要ならコピーをとる。(各国審査員は英文参照。)
【賞】
Golden Bee グランプリ，Golden Bee賞，特別賞
【展示】
予選通過作品はモスクワ中央芸術ホールにて2000年4月～9月まで展示。
同時開催として特別展「Golden Bee 90年代秀作ポスター1～4」，「デザインと広告」展,この他ビエンナーレ週間には国際シンポジウムや多数のイベントを開催予定。また写真付き回顧カタログ「Golden Bee の 秀作1～5」をビエンナーレ終了後出版予定。
なお応募作品発送の際に，必ず表に「Printed matters)」「no commercial value」と記入すること。応募・問い合わせ先は英文参照 。

「FUSE EXHIBITION」10月26日までgggで開催

ギンザ・グラフィック・ギャラリー(東京・銀座)では1999年10月26日(火)まで，第161回企画展「FUSE EXHIBITION～AN EXHIBITION OF FUSE POSTERS AND FONTS」(企画・監修：Neville Brody，江並直美)を開催中。
1991年，Neville Brody(UK)によって創刊された季刊フロッピーマガジン『FUSE』は，タイポグラフィや視覚言語，変貌するコミュニケーションメディアへの考察をコンセプトに，90年代のタイポグラフィシーンに多くの問題提起を行ってきた。毎号4人のデザイナーによる実験的デジタルフォントと様々なメッセージがパッケージされたそれは，コンテンツパブリケーションの始まりともいえるもの。同展では新鮮なアイデアと文字表現の可能性を開いたFUSEフォントとタイポグラフィの視覚言語を用いた抽象表現の可能性を模索する。開館時間は11:00～19:00(土曜は18:00まで，日曜・祝日は休館)，入場無料，詳細は下記まで。
☆問い合わせ先
ギンザ・グラフィック・ギャラリー
〒104-0061 東京都中央区銀座7-7-2
DNP銀座ビル
Tel: 03-3571-5206
Fax: 03-3289-1389
http://www.dnp.co.jp/gallery/contents.html

眺めて，手に取って楽しむ ドイツの最も美しい本展 MOTSにて開催中

ドイツのエディトリアル・デザイン財団がその年の新刊書の中から最も美しい本を選ぶコンクール「ドイツの最も美しい本展」が，東京ドイツ文化センター協賛により11月30日(火)まで東京・新宿のMOTS(モリサワ・タイポグラフィ・スペース)で開催されている(開館は10:00～18:00，日曜・祝日休館，入場無料)。
今年で3回目の開催となる同企画展では，1998年の応募総数836点の中からタイポグラフィ，グラフィックデザイン，印刷，製本など造本の全要素について審査され，選出された受賞作品50点，奨励作品10点を展示紹介。ブックデザインのすべての要素が調和した美しく完成度の高いドイツの本の数々を，直に手に取って鑑賞することができる。
また今回は独エディトリアル・デザイン財団事務局長ウォルフガング・ラッシュ氏を招いての交流会も企画（11月12日，13日)。参加者は事前に自分の手掛けた本を提出し，ラッシ氏とともに問題点等をディスカッションするという趣旨。このワークショップへの参加希望者は下記まで。
☆問い合わせ先
MOTS
〒162-0822 新宿区下宮比町2-27
モリサワビル1F
Tel: 03-3267-1233
Fax: 03-3267-1536

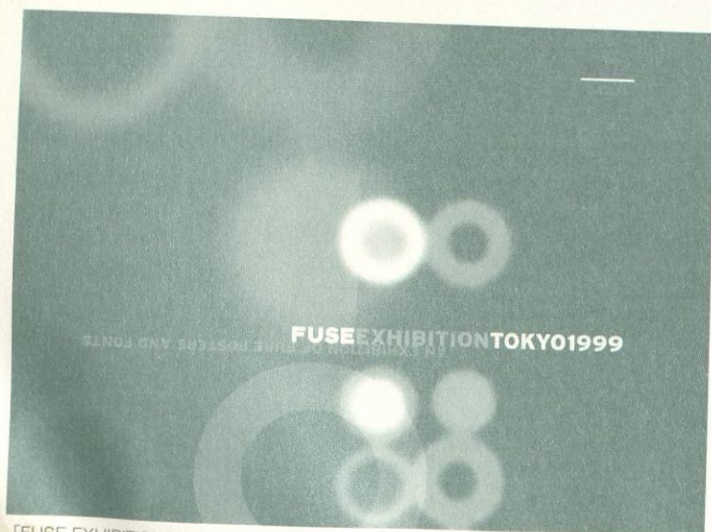
新しいメディア・アートの可能性を追求する ICCビエンナーレ'99開催

NTTインターコミュニケーション・センター［ICC］では，10月15日(金)から11月28日(日)まで「ICCビエンナーレ'99」を開催する。これはメディア・アートの新しい表現の可能性を追求し，優れた新人の発掘育成を目的に隔年で開かれる指名制によるコンペで，第2回目となった今回は「インタラクション」をテーマに世界各国から選出された10名(組)のアーティストが参加。この中から展示会に先駆けたグランプリ発表会(10月14日)にて，グランプリ1点と準グランプリ2点が決定。受賞者には同展のオープニングポスターやロゴデザインを手掛けた矢萩喜従郎氏デザインのトロフィーが授与される。また関連イベントとして，10月16日(土)14:00～16:00，同館5階ロビーにて，本年度受賞アーティストと前林明次氏（'97年準グランプリ）のディスカッション「メディア・アートの行方(仮題)」を予定。
☆問い合わせ先
NTTインターコミュニケーション・センター［ICC］
〒163-1404 新宿区西新宿3-20-2
東京オペラシティタワー4階
Tel:03-5353-0800
Fax:03-5353-0900

日本の生活デザイン展に 20世紀のジャパンライフを探る

10月15日(金)から24日(日)まで，名古屋のナディアパーク・国際デザインセンターにて「日本の生活デザイン展～20世紀のモダニズムを探る」が開催される。これは「生活デザイン」をキーワードに，1920年代の大正期から戦後ポストモダンが出現するまでの約50年間を展望し，都市環境から住宅建築，家具，日用雑貨まで，住環境という枠組みから20世紀の日本の生活文化を検証するもの。
会場は“デザイン運動の始まり”“近代化の実践をした建築家”など6つの展示テーマに分けられ，代表的なデザイン運動とデザイナーをクローズアップ。会場内には著名デザイナー37人のビデオインタビューも流される。同展の開場時間は11:00～20:00(最終日は18:00まで)で会期中無休，入場無料。
☆問い合わせ先
日本の生活デザイン名古屋展事務局
〒460-0008 名古屋市中区栄3-18-1
デザインセンタービル
(株)国際デザインセンター内
Tel: 052-265-2104

コンペ応募作品を募集中 広島国際アニメーション フェスティバル

来年2000年で8回目を迎える映画祭「広島国際アニメーションフェスティバル」が，2000年8月24日から28日までの5日間に渡って開催される。
1985年からビエンナーレ形式で開かれてきた同フェスティバルは，アニメーションというジャンルを通じて愛と平和の国際文化都市・広島をアピールする趣旨をもって発足されたもの。今回も本大会プログラムの中心となるコンペティションへの応募作品を募集している。
応募作品の条件は
1)1コマずつ制作された作品であること
2)フィルムまたはビデオテープ作品
3)上映時間は30分以内
4)1998年4月1日以後に完成された作品であること
5)既製キャラクターやシナリオ,音楽などを使用する場合は許可済みであること
6)フィルム・ビデオ1本につき1作品
7)他フェスティバルの受賞作品でも応募できる。
出品料は無料。入選作品にはグランプリ100万円ほか各賞金が贈られる。出品申込書等の請求，応募の詳細は下記事務局まで問い合わせを。
【出品申込み締切】
2000年3月21日必着
【作品の送付期間】
2000年3月1日～4月21日
☆出品申込書請求・問い合わせ先

「FUSE EXHIBITION」10月26日までgggにて開催中

広島国際アニメーション
フェスティバル事務局
〒730-0812 広島市中区加古町4-17
アステールプラザ内
Tel: 082-245-0245
Fax: 082-245-0246
E-mail:hiroanim@urban.ne.jp

キリンコンテンポラリー・アワード1999の入賞作品が決定！

若手芸術家への支援活動の一環として毎年開催されている現代芸術のコンクール「キリンコンテンポラリー・アワード1999」(主催・キリンビール(株))の各受賞作品が決定された。
最優秀作品賞に選ばれたのは束芋(たばいも)氏のインスタレーション作品「にっぽんの台所」で、インスタレーションジャンルが同賞に選ばれたのは初めてのこと。立体装置にアニメーションの映像を投影したこの作品は、明快でリズム感に溢れたメッセージ、また映像のもつ特性を生かしたデザイン力、構成力などが高い評価を得ての受賞となった。
その他優秀賞にはAlias Compagnic/Guilherme Botelho「On ne pent pas toujours etre en apnee」(ダンス)、糸崎公朗「フォトモによる非人称芸術の記録」、板倉亜由子「おふろ生活」(パフォーマンスアート)の3作品が受賞、また奨励賞には国内外9作品が選出された。
今年で10周年を迎えた同コンクールは、例年インスタレーションジャンルに多数の応募があるのが特徴（99年度は117点）。今後も新鋭アーティストの発掘と育成を支援する活動を目指す。
なお、10月15日～11月7日まで、キリンプラザ大阪にて「キリンコンテンポラリー・アワード1999 受賞作品展」が開催される（東京会場は終了）。詳細は下記までお問い合わせを。
☆問い合わせ先
キリンビール お客様相談室
Tel:0120-111560
(フリーダイヤル)
キリンホームページ
http://www.kirin.co.jp

四万十デジグリはデジタル・コンテントを待つ

デジタルコンテンツのコンテスト「第2回四万十デジタルビレッジ・クリエイターズグランプリ」(通称デジグリ，主催：高知県・「こうち2001プラン」推進協議会ほか)では、デジタルの力で創り出す「物語＝コンテント」作品を募集中。これまでのキャラクター・コンテンツ部門に加え、今回からネットワーク・コンテンツ部門、土佐四万十コンテンツ部門を新設、次世代コンテンツの動向を先取りしてコンテスト拡充を図る。各入賞作品にはグランプリ100万円ほか賞金が贈られる。応募締切は1999年11月30日(火)当日消印有効。詳しくは下記係まで応募要項を請求するか、下記のHPへアクセス。
☆問い合わせ先
〒780-0870
高知県高知市丸ノ内1-2-20
高知県庁 デジグリ係
Tel: 088-823-9165
Fax: 088-823-9647
http://www.digitalvillage.gr.jp/contest

ブレイク予感のキャラ大募集創作キャラコンとは？

全国の大学生、デザイン系専門学校生，高校生を対象にしたオリジナルキャラクターコンテスト「第4回創作キャラコン学生大賞」(主催:(株)ナンバースリー)の作品応募が始まっている。募集部門は個人部門の1.電脳キャラ，2.びっくりキャラ，3.ほのぼのキャラ，4.動物キャラ部門の4つとグループ部門(5.動画アニメーションを使ったメッセージカード・グリーティングカード用キャラクター)。田中惣二，いがらしゆみこ，竹中直人各氏ら7名の審査員により「新鮮な驚きと可能性を感じさせる，学生らしい感性を生かした作品」という選考基準をもとに各部門の入賞作が選出される。大賞には賞金各20万円ほか各賞に賞金が贈られる。詳しくは下記事務局まで応募要項を請求，またはHPを参照。
【応募資格】
各種大学，専門学校，各種高校，予備校在学中の学生
【出品料・応募用紙】
作品出品料として500円分の現金書留又は郵便切手を事務局まで送付。入金確認後，応募用紙が送られる。
【応募締切】
1999年11月30日(火)必着
☆応募用紙請求・問い合わせ先
創作キャラコン学生大賞事務局」
〒112-0002
東京都文京区小石川1-7-7
ラ・ベルティ小石川5F
(株)ナンバースリー内
Tel: 03-3818-0575
Fax: 03-3818-7970
E-mail:characon@number3.co.jp
http://www.number3.co.jp/characon.html

第5回札幌国際デザイン賞公募テーマは夢ある国際都市・札幌の街づくり

1991年から開催されている標記デザインコンペ「第5回札幌国際デザイン賞」への作品公募がもうすぐ始まる。今年度は「夢のある札幌をデザインする～新しいまちづくりのためのデザイン～」をテーマに，国際都市・札幌の夢を自由に，より個性的に創造されたデザインを日本国内はもちろん世界各国のあらゆるデザイン分野から広く募集する。応募資格は一切不問（団体も可），応募点数には制限なし（未発表作品に限る）。応募希望者は住所，氏名（ふりがな），年齢，職業，電話番号を明記して，郵便，ファクス，電子メールのいずれかの方法で下記事務局まで出品書類を請求のこと。細かい出品方法や規格については，後日事務局から送付される応募要項を参照してほしい。
入賞作品には大賞1点100万円ほか賞金が贈与。なお今年度の受賞作品展は2000年3月8日(水)～26日(日)，札幌市資料館ギャラリーで開催予定。
【作品提出期間】
2000年1月10日～1月31日必着
☆出品書類請求・問い合わせ先：
札幌国際デザイン賞実行委員会事務局
〒060-0001
札幌市中央区北一条西7丁目
住友海上札幌ビル8F
(社)北海道未来総合研究所内
Tel:011-207-2630
Fax:011-261-4882
E-mail:design@voicenet.co.jp
http://www.city.sapporo.jp/shimin/dezain/saphtml/index.htm

中谷宇吉郎生誕100年記念「雪のデザイン賞」作品公募

石川県加賀市の中谷宇吉郎雪の科学館では，“雪博士”宇吉郎の生誕100年を記念して，雪や氷の現象をモチーフにしたオリジナルデザイン作品を公募する。募集分野は小物，工芸品，ポスター，オブジェなど搬送可能な現物作品のみ。応募資格はプロアマ問わず，グループ・企業での参加も可。応募希望者はまず出品申込書を取り寄せて参照のこと。入賞作品には金賞50万円ほか各賞金が贈られる。出品申込書請求，詳しくは下記事務局まで問い合わせを。
☆問い合わせ先
雪のデザイン賞事務局
〒922-0411 石川県加賀市潮津町イ-106 中谷宇吉郎雪の科学館内
Tel: 0761-75-3323
Fax: 0761-75-8088

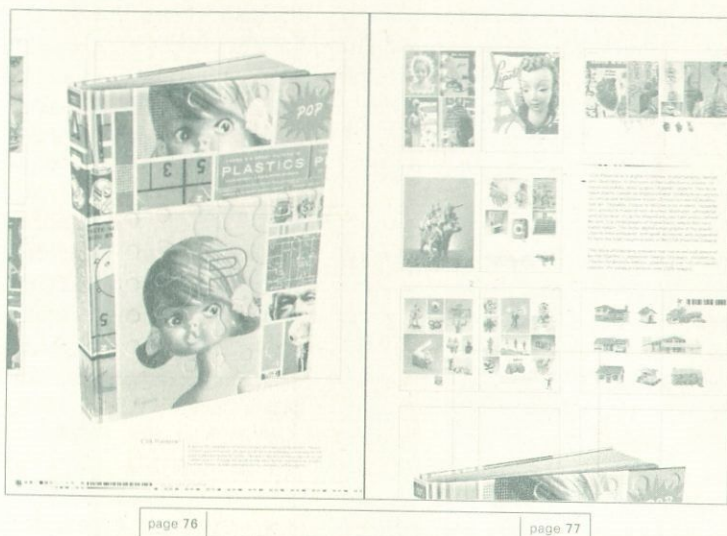
●誠文堂新光社ホームページが開設しました

アイデアを含めた弊社発行の雑誌書籍及びバックナンバーの検索・購入が可能な弊社のホームページがオープンいたしました。
URLはhttp://www.seibundo-net.co.jpです。皆さまのアクセスをお待ちしております。

●お詫びと訂正

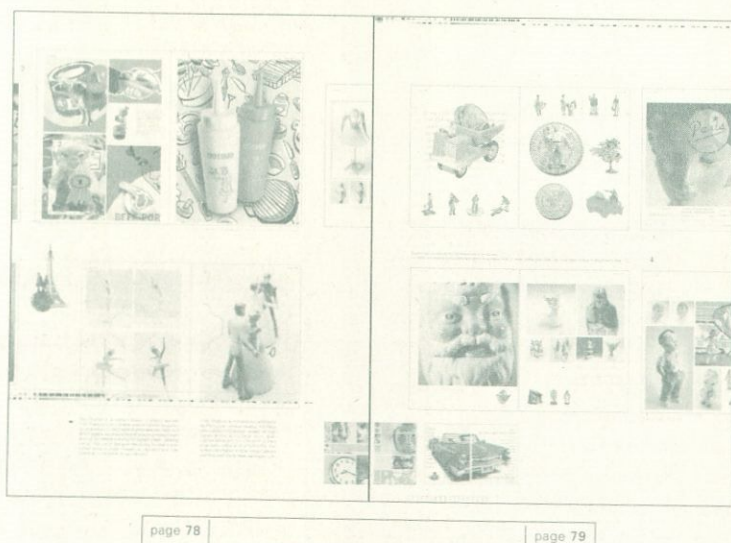
弊誌アイデア275号248ページの五十嵐威暢氏の著書に関する記述の中で，五十嵐氏がTBS社の企業ロゴをデザインしたかのような記述がございましたが，そのような事実関係はございません。
関係者各位にはこの場を借りてお詫び申し上げます。

キリンコンテンポラリー・アワード1999 優秀賞受賞作品
糸崎公朗「フォトモによる非人称芸術の記録」

page 76 page 77

「There's a Great Future in Plastics」というタイトルで，320ページの特別ハードカバー版CSA Plastock Bookが，署名と番号入りの3000部限定で制作された。本書には通常版の画像に加えて，2500点を越す映像と共に，Stephen Fenichellによるプラスティックの歴史に関するテキストが収められている。www.csaimges.com で詳細と在庫を確認できる

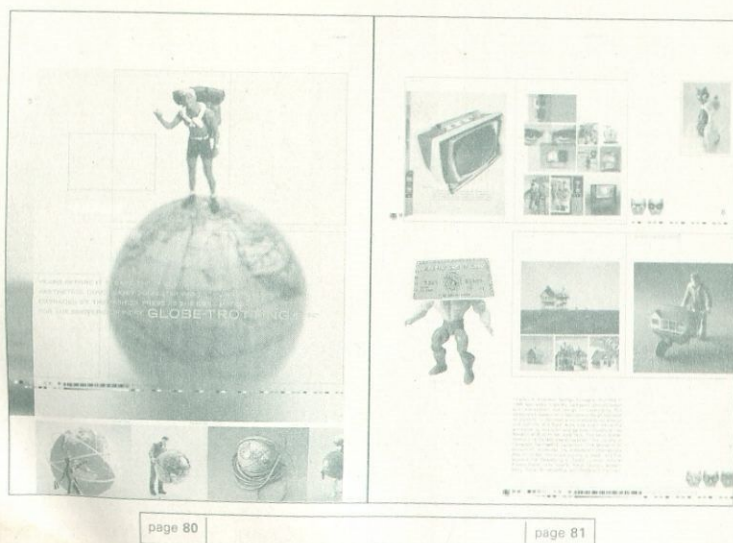
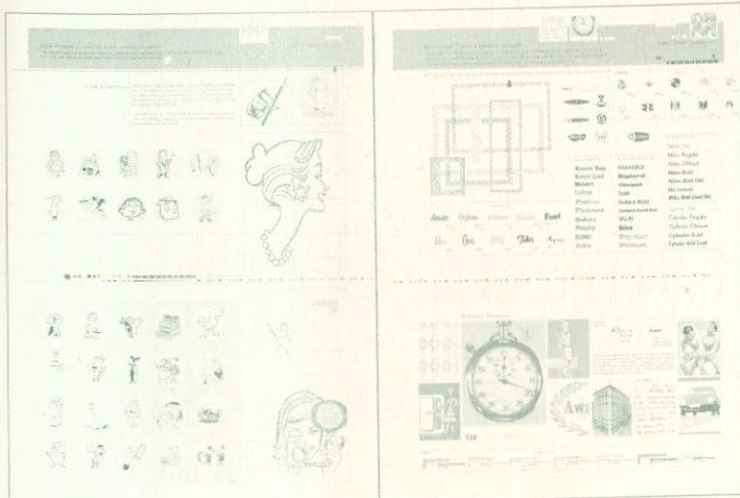
●CSA Plastockは，写真，デザイン及びイラストレーションのデジタルデータ・ストックである。この集大成の核となるのはプラスティック，正確にはプラスティックで出来たオブジェの写真である。この本では，プラスティックを本来のコンテクストから外し，これらの物体を土着の彫刻，つまり大量生産される現代的民俗芸術の一つの類型として扱っている。これまでに発明されたものの中で，プラスティックが未だに最も近代的で用途万能な人工的物質であることは明らかである。柔軟で，変形が利き，どこにでもあるプラスティックは用途に応じて，どのような形にでも造形できる。ここに収録されたそれらの物体の写真は，まさしくそのような性質を映し出している。初めに撮影した元デジタル写真は，様々な画像処理を経てCSAPlastock Catalogに見られる最終的な画像に合成された。

●この素材集はCharles S. Anderson Design Company の発案である。Charles Andersonが生涯に集めた10万以上ものプラスティックのオブジェをはじめ，この図録には2500を超える映像が集められた。

page 78 page 79

page 78
●The Charles S. Anderson Design Companyは，CSA Plastockがフレキシブルに，自由な解釈のもとで使われる素材となるように望んでいる。Plastockの写真に加え，映像の蓄積という世界における革命的な手引きである，デジタル加工可能で，アートディレクターやデザイナーが自分用に独自の映像の在庫を作れる，背景や切り抜いて使うオブジェを含む，，Plastock Visual Componentsもある。

●CSA Plastock はPhotonica/amana imagesを通じて世界中に供給されている。Photonicaに関しての詳細は，Photonicaの東京事務所03-3406-1911，ロンドン事務所0-171-278-4117，またはニューヨーク事務所212-505-9000まで。尚，CSA Imagesに関する情報は，インターネットwww.csaimages.com.で入手できる。

page 79
●どの時代も，その時代の産物によって定義される。1979年，世界のプラスティック生産高は鋼鉄の生産高を上回った。以来，我々はプラスティック時代に暮らしている。

page 80 page 81

●1989年創立のCharles S. Anderson Design Companyは，ロゴマークデザイン，パッケージデザイン，製品デザイン及び開発，そして広告デザインを専門とするデザイン事務所である。現代のデザイン界にこの会社が与えてきた影響は，内外のデザイン関連の出版物から高く評価されている。また，その作品は，The Museum of Modern Art, New York, The Sumithonian Institution's Cooper-Hewitt Museum, The Library of Congress Permanet Collection, 広島近代美術館, The Institute of Contemparary Arts in London, 東京のGGG, TheMuseum fur Gestaltung in Zürich等，世界中の美術館，画廊で展示されている。また，主なクライアントには，French Paper, Nike, Levi's, Ralph Lauren, 日産, Sony, Turner Broadcansting, Paramount Pictures等が名前を連ねる。

page82 | page 83

page 82

●Mr. French (TM) fonts, Elements, Images
1871年以来，The French Paper Companyは，独特の文字と包装紙を創りつづけている。印刷の伝統と，紙に書いたばかりのインク感がMr. Frenchという，圧倒的な図像，マーク，デザイン要素，タイプフェイス…そしてそれらを印刷する紙模様に関する，膨大なデジタルアーカイブの着想の源である。

●Mr.French: デザイナーとアートディレクターの為の，24時間気軽にアクセスできる素材の宝庫。www.mrfrench.com

●Mr. French (TM) Printstock
あちらこちらのポップカルチャーイメージを反映し。Printstockは，最も詳細，広範かつ選び抜かれたイメージの集大成である。絵画的，写真的，イラスト的などあらゆるアプローチにおける何千もの画像が，印刷物の質感で統一されている。低解像度のものは直接ダウンロードが可能。

page 83

●CSA Images : CSA Aechive, CSA Snapstock, CSA Plastock, CSA Asignment
この見開きに掲載されている図像はまた，CSA Imagesで利用可能です。詳しくはwww.csaimages.comとwww.mrfrench.com参照。

●CSA Snapstock: CSA Snapstockは7000以上の線画を集めたユニークなリソースである。ポップアートやキュビズムといった20世紀後半の芸術運動の影響を受けつつ，このコレクションに集められた線画は，より原典に忠実かつデザインに影響を受けたスタイルになっている。CSA Plastockと同様，CSA Snapstockは，広告，デザイン，製品への応用を目的としたレンタル画像素材集である。

■日本での利用について

CSA Plastockを初め，ここに[illegible]に収められた図像はアマナ・イメージズにて利用可能です。

●"Stock Illustration Catalog Vol.2
ページ数：464ページ
作品数：7800点
貸し出し形態：デジタルデータ

●PlastockCatalog
ページ数：320ページ
作品数：2332
作品の貸し出し形態：ポジフィルム，デジタルデータ

上記2冊はいずれもストックイメージとして商業的なレンタル使用を前提としに作成されたカタログです。一般書店での取り扱いはございませんのでご注意下さい。素材使用に関する詳しいお問い合わせはアマナ・イメージズ青山店（03-3406-1911），銀座店（03-3544-1499）までお願いいたします。
また，CSA Plastockの3000部限定版につきましては，現時点での国内販売は決定しておりません。

写真は限定版の表紙

Addresses of Contributor

Farrow Design Ltd. (p.10)
Second Floor
19-21 Great Portland Street
London, W1N 5DB
United Kingdom

0171 580 4090
0171 636 3385 (FAX)
0171 637 3516 (ISDN)

Paul Elliman (p.49)
<paul.elliman@yale.edu>

Charles S. Anderson Design Co. (p.76)
30 North 1st Street, 4th Floor
Minneapolis, MInn. 55401
Phone +1-612-339-5181
FAX +1-612-339-3283

Manhattan Transfer (p.64)
545 Fifth Avenue New York NY 10017
U.S.A.
+1 212 907 1216 (TEL)
http://www.mte.com

Tadanori Yokoo (p.84)
4-19-7 Seijo, Setagayaku, Tokyo
157-0066, Japan
+81 3-3482-2826 (TEL)
+81 3-3482-2451 (Fax)

Yasuhide Kuge (p.88)
5-10-2 #103 Taishido, Setagayaku, Tokyo
154-0004, Japan
+81 3-3424-5235 (TEL)
+81 3-3424-9505 (Fax)

Shinro Ohtake (supplement)
3-6 Nishikicho, Uwajimashi, Ehime
799-0034, Japan
+81 89523-2868 (TEL)
+81 89523-3747 (Fax)

横尾忠則 (p.84)
〒157-0066
東京都世田谷区成城4-19-7
03-3482-2826 (TEL)
03-3482-2451 (Fax)

久家靖秀 (p.88)
〒154-0004
東京都世田谷太子堂5-10-2#103
03-3424-5235 (TEL)
03-3424-9505 (Fax)

大竹伸朗 (とじ込み付録)
〒1799-0034
愛媛県宇和島市錦町3-6
0895-23-2868 (TEL)
0895-23-3747 (Fax)

追悼 P. SCOTT MAKELA
彼の先見性に富んだ作品群による スコット・マケラ [WIDE OPEN]展が 大阪・DDDギャラリーにて開催中

スコット・マケラ[WIDE OPEN]展
9/21〜10/20まで大阪・DDDギャラリーで開催中。

P. スコット・マケラは1960年ミネソタ州セントポール生まれ。ミネソタ大学で政治学を学んだ後，ミネアポリス・カレッジ・オブ・アート&デザイン，クランブルック・アカデミー・オブ・アートで学位を取得。彼は電子展示理論，デジタル映像，印刷物のタイポグラフィなど，新興の媒体に早くから関心を寄せ，特に音楽ビデオではマイルス・デイヴィス，ライフ，セックスアンドデス，10,000マニアックス，アージ・オーバーキル，そしてマイケル・ジャクソンの『ScreaM』などを手がけ，さまざまな領域を行き来し，多くのクリエイターに影響を与えた。1998年秋にはルイス・ブラックウェルとの共著，『WHEREISHERE』をロンドンのカルマン&キング社から出版し，現代の映像とデザイン，そして写真の展開における心的態度と強迫観念の思想を探求した。さらにデヴィット・フィンチャー，ジェフリー・ブランスカーとともに制作した映画『ゲーム』のオープニングタイトル・シーケンスは1998年ID誌年間デザインレビュー賞を受賞し，近日公開のデヴィット・フィンチャー監督の『ファイトクラブ』でも新たなタイポグラフィの可能性を感じさせるタイトル・シーケンスを手掛ける。そのほか，AUDIOAFTERBIRTH(インダストリアル・ソウルミュージックバンド)としてemigre musicより2枚のCDをリリースしている。
パートナーであるローリー・ヘイコック・マケラとともにクランブルック芸術大学の平面デザイン学科の共同学科長であり，MAKELA（元Words + Pictures for Buisiness + Culture）を共同経営していた。1995年5月7日，急逝。

Portrait of P. Scott and Laurie Haycock Makela
Photo: Laura Heyman

"The Minneapolis College of Art + Design 1993-1995 Prospectus," 1993
Advertisement for Rossignol Snowboard Campaign

Still from Michael and Janet Jackson's music video "ScreaM," 1995
"Whereishere," spread ©MAKELA

"Scott died suddenly on May 7 of a rare infection of the epiglottis" ―Eメールの差出人はLaurie Haycock Makela。スコット·マケラの死はこうしてあまりにも唐突に知らされた。
今年5月。我々編集部はちょうど『typography ex (pt.2)』の準備で追われている最中だった。原稿依頼デザイナーリストの中にはスコット·マケラの名前も含まれており，3月末には直接本人より掲載内容確認のための電話があった。陽気で快活な口調は，順風満帆に創作活動を展開する彼の万事快調ぶりを感じさせるものがあった。そんなやり取りをしていたからこそ，なおさら約一月後の悲報には信じ難いものがあった。

思えば，デザインがアナログからデジタル主導へと移行する微妙な時期に，スコット·マケラは新時代におけるヴィジュアルクリエイティヴを牽引する重要な位置に立っていた。大学時代，スイスタイポグラフィの堅い路線を行く厳密なヒエラルキーのもとで基礎を学んだ彼は，その一方でポスト·パンクのハードコアバンドで演奏活動を行い，この時点でシンプルなタイポグラフィと画像，そして音楽のコンビネーションが織りなす90年代の共通視覚言語の素地となる表現感覚が準備されていた。
その特異な才能は，若干24歳の若さでGalArtsとして世界的に有名なカリフォルニア·インスティチュート·オブ·ジ·アーツに教師として招聘された事実が示すとおり，常に斬新であり続けた。さらに彼は後に教鞭を執ることになるクランブルック·アカデミー·オブ·アートの大学院へ入学し，ハッカーなみの最先端テクノロジーをマスターしサイバーパンク，アンチヒーロー思想を身につけ，次代に対する素養を固めていった。
90年にemigre誌上でデジタルタイポグラフィの幕開けを象徴する『デッドヒストリー』を発表してから，恐るべきスピードでスコット·マケラは時代を駆け抜けていった。常人の倍以上の仕事量をこなし，近年は私生活でもよきパートナーであるローリー·ヘイコック·マケラと共同経営するMAKELA（元WPBC=Words + Picture for Business +Culture）の活動が円熟期へとさしかかっていた。印刷メディアから映像メディア，そしてサウンドと一体化したマルチメディアな表現方法へと進化していった彼が辿り着いた理論が「オーディオグラフィ」と自ら命名する新たなメディア概念である。「我々が信じるところでは，タイポグラフィは音声を表象し，音声とは新たなメディア用語で言えばオーディオグラフィである。」

既成概念の枠組みを取り外し，新たな地平を模索し続けたスコット·マケラとMAKELAの過去10年の偉業を振り返る展覧会が大阪·DDDギャラリーで現在開催中だ。振り返るとは言っても，この機会は彼のデザイン的な生涯をただ回顧するのではなく，未完の可能性を内包したまま永眠に就いた彼のスピリットを分かち合い，継承し，近い将来，それぞれの手で開花させるための「未来へと続く」内容のものである。会場に並ぶさまざまな彼の作品はきっと観る者の中に潜むイマジネーションの扉を開くことだろう。クランブルックの学生が彼から享受したデザインの真価と意義を会場の作品から感じ取ることが出来るはずである。

DNP DUO DOJIMA 大阪市北区堂島浜2-2-28 堂島アクシスビル1F
TEL: 06-6347-8780 FAX: 06-6347-8795
http://www.dnp.co.jp/gallery/contents.html

ギンザ・グラフィック・ギャラリー
中央区銀座7-7-2 DNP銀座ビル1F
Tel: 03-3571-5206 日曜・祝日休
●FUSE EXHIBITION
-10/26
●松井桂三展
11/1-11/26 ①

クリエイションギャラリーG8
中央区銀座8-4-17 リクルートG8ビル1F
Tel: 03-3575-6918 土・日曜・祝日休
●第1回亀倉雄策賞受賞作家展
「田中一光のアートディレクション」
10/12-10/29

ガーディアン・ガーデン
中央区銀座7-3-5 リクルートG7ビルB1F
Tel: 03-5568-8818 日曜・祝日休
●第14回写真『3.3m²(ひとつぼ)展』
10/12-10/28

ワコール銀座アートスペース
中央区銀座5-1-15 第一御幸ビルB1
Tel: 03-3573-3798
●村上絵美Glass展
10/11-10/16
●「花ごよみ」カレンダー原画展
佐野有子・小滝雅道
10/18-10/23
●関夏夫展
11/1-11/6
●山口和加子・吉田淳子展
11/8-11/13
●ミレニアムビート—千年期の胎動—
矢島雲居
11/15-11/20
●原木せつ子展
11/22-11/27

プラスマイナスギャラリー
中央区銀座6-11-1 TEPCO銀座館2F
Tel: 03-3575-0456 水曜休
●柳澤信男展
〜溶解する言葉 発光する意識〜
-10/26
●アイディーブティック展(仮)
10/28-12/28

日本橋三越本店
中央区日本橋室町1-4-1
Tel: 03-3241-3311
●アンリ・カルティエ=ブレッソン写真展
「ランドスケープ」
10/12-10/17 ②
●モードの仕掛人たち
11/2-11/7 ③

ギャラリー・ショウ・コンテンポラリー・アート
中央区日本橋3-2-9 三晶ビルB1F
Tel: 03-3275-1008 日曜・祝日休
●ボーレッタ・チャンコ展
-10/29
●リン・ギーサマン写真展
11/9-12/4

スパンアートギャラリー
中央区銀座2-2-18 西欧ビル1F
Tel: 03-5524-3060
●フリーランス見本市in東京'99
11/3-11/7

ギャルリーヴィヴァン
中央区銀座6-8-3 尾張町ビル5F
Tel: 03-3574-6725 日曜休
●PART II：写真シリーズ
10/14-10/23

日本都市センター会館・緑道ギャラリー
千代田区平河町2-4-1
Tel: 03-3791-8651
●小さな彫刻展 vol.2
-11/28

大丸ミュージアム・東京
千代田区丸の内1-9-1
Tel: 03-3212-8011
●猫のヨーロッパ名画展
10/14-11/2

東京国際フォーラム・Aギャラリー
千代田区丸の内3-5-1
Tel: 03-5221-9000
●久保田博二写真展
「アジアと食料」
10/29-11/12 ④

アクシスギャラリー・アネックス
港区六本木5-17-1 AXISビル4F
Tel: 03-5572-0800
●「ジャスパー・モリソン」展
11/19-11/28 ⑤

ストライプハウス美術館
港区六本木5-10-33
Tel: 03-3405-8108 日曜・祝日休
●宇家® 天童大人
—Letter Scape—展
-10/29 ⑥

パステルミュージアム
港区南青山2-24-15
青山タワービルアネックス1F
Tel: 03-5410-6445 日曜休
●『シリウスの小包み』
合田佐和子新作原画展
10/12-11/1

ときの忘れもの
港区南青山3-3-3
Tel: 03-3470-2631 日曜・祝日休
●第8回瑛九展—銅版画
-10/23
●没後30年 セルジュ・ポリアコフ展
10/29-11/6

リトルモア・ギャラリー
港区南青山3-3-24
Tel: 03-3401-1042 月曜休
●浅野忠信画展（仮題）
11/30-12/26

アニヴェルセル表参道
港区北青山3-5-30
Tel: 03-5411-2488
●アフリカのかたち展
-10/24

東京都庭園美術館
港区白金台5-21-9
Tel: 03-3443-0201
●パリ・モード1870-1960
-12/19

サントリー美術館
港区元赤坂1-2-3 東京サントリービル11F
Tel: 03-3470-1073 月曜休
●特別公開 国宝 信貴山縁起絵巻
-10/24

品川インターシティギャラリー
港区港南2-15-4
Tel: 03-5402-6235 12/31-1/3休
●イタリア ポンペイ展
-2/19/2000

国立西洋美術館
台東区上野公園7-7
Tel: 03-3828-5131 月曜休(10/11開,翌日休)
●オルセー美術館展
-12/12

国立科学博物館
台東区上野公園7-20
Tel: 03-3827-1467 月曜休(10/11開,翌日休)
●大顔展
-10/17

パルコギャラリー
渋谷区宇田川町15-1 渋谷パルコPart1・8F
Tel: 03-3477-5873
●トレイシー・モファット展
10/15-11/9

HARAJUKU GALLERY
渋谷区神宮前3-6-8 サンライトビル1F
Tel: 03-3401-4025 月曜休
●オジーアンドミツボ エキジビジョン
-10/17
●大岡隆志写真展
10/19-10/24
●杉田憲也展
10/26-10/31
●FuriFuri Thangka
11/2-11/14
●今福ちか展「声の色」
11/16-11/21
●永冨悦史オブジェ展
11/23-12/5
●ReMix!!
12/7-12/12

NADiff<ナディッフ>
渋谷区神宮前4-9-8 カソレール原宿B1F
Tel: 03-3403-8814
●イッセー尾形の【肉体とりくつ】
10/22-11/23 ⑦

《Rocket》ART LABORATORY
渋谷区神宮前4-12-1
同潤会青山アパート5-101
Tel: 03-3470-6604
●『Ed. TSUWAKI EXHIBITION』
-10/13 ⑧
●groovisions 秋の展示会
10/15-10/20
●バンザイペイント
『BONZAIPAINT 2000』
10/22-10/27
●映像山脈展
10/29-11/3
●金子亜矢子展
『Rawalpindi Popular Inn』
11/12-11/17
●常磐響写真展
11/19-11/24 ⑨
●大岩正志展『I'm here! 2000』
11/26-12/1

ワタリウム
渋谷区神宮前3-7-6
Tel: 03-3402-3001
●エンプティ・ガーデン展
-11/7

Gallery ART SPACE
渋谷区神宮前3-7-5 篠原ビル4F
Tel: 03-3402-7385 月曜休
●『ハザマヨウイチ キドミユキ ピースコン』
10/12-10/17
●高橋理加展『幼年期の終り』
10/19-10/24
●大塚明美展『Moratoriumな殻の空』
11/2-11/7
●『視線の記録』
11/9-11/14
●『Story Snap Shot』
11/16-11/21

HB GALLERY
渋谷区神宮前4-5-4 原宿エノモトビル1F
Tel: 03-5474-2325 木曜休
●藤枝リュウジ個展
-10/13

アートラッシュギャラリー
渋谷区代官山町1-7 B1
Tel: 03-3770-6786
●「手作り時計展」
11/13-11/26

ZOOM
渋谷区渋谷3-6-7 ゼクセルビル1F
Tel: 03-5485-4101 土・日曜休(祝日は開館)
●松本秋則「バンブー族の祭り」
-11/30

ザ・ディープ
渋谷区南平台町16-29 石川ビル3F
Tel: 03-3463-1907 日曜・祝日休
●HOMMA TAKASHI EXHIBITION 99
11/8-12/18 ⑩

①

②

③

④

⑤ ©inter.office

MOTS
新宿区下宮比町2-27 モリサワビル1F
Tel: 03-3267-1233 日曜・祝日休
●ドイツの最も美しい本展
-11/30

INAXガレリア セラミカ新宿
新宿区西新宿1-6
新宿エルタワー20F
INAX新宿ショールームL21
Tel: 03-3340-1700 10/13休
●徳丸鏡子展
一陶 コズミックプランツー
-10/28

NTTインターコミュニケーション・センター[ICC]
新宿区西新宿3-20-2
東京オペラシティタワー4F
Tel: 03-5353-0800
●『ICCビエンナーレ'99』
10/15-11/28

東京オペラシティアートギャラリー
新宿区西新宿3-20-2
Tel: 03-5353-0756 月曜休
●「Releasing Senses—感覚の解放」
-11/21

パークタワーホールOZONEプラザ
新宿区西新宿3-7-1 新宿パークタワー3F
Tel: 03-5322-6500
●建築からグラフィックまで
—エットレ・ソットサス展
10/31-11/28

世田谷美術館
世田谷区砧公園1-2
Tel: 03-3415-6011 月曜・祝日の翌日休
●煌めくプラハ展
-12/12

タワーギャラリー
横浜市西区みなとみらい2-2-1-1
ランドマークタワー 3F
Tel: 045-222-5008
●"THE POETICS OF LANDSCAPE"
-10/24
●ハンス・シルベスター写真展
"Cats in the Sun"
地中海の猫たち
10/29-12/5

横浜美術館
横浜市西区みなとみらい3-4-1
Tel: 045-221-0300
木曜・10/12・11/5・11/24休
●セザンヌ展
-12/19

彫刻の森美術館
神奈川県足柄下郡箱根町二ノ平
Tel: 0460-2-1161
●森に生きるかたち
-9/10/2000

宇都宮美術館
栃木県宇都宮市長岡町1077
Tel: 028-643-0100 月曜・祝日の翌日休
●東アジア/絵画の近代
-10/20

甲府市総合市民会館
山梨県甲府市青沼3-5-44 2F展示室
Tel: 055-231-1951 火曜休
●現代アーティストブックの世界展
-10/24

富山県立近代美術館
富山市西中野町1-16-12
Tel: 0764-21-7111 月曜・祝日の翌日休
●'99公募：日本海美術展
-10/24

水戸芸術館
茨城県水戸市五軒町1-6-8
Tel: 029-227-8111 月曜・10/12休
●イリヤ・カバコフ展
-11/3

雨引の里と彫刻(大和村中央公民館)
茨城県真壁郡大和村大字羽田1028-1
Tel: 0296-58-7117 月曜休
●第3回雨引の里と彫刻
-12/5

CCGA現代グラフィックアートセンター
福島県須賀川市塩田宮田1
Tel: 0248-79-4811 月曜・祝日の翌日
●「版画の話」展
-12/19

INAXギャラリー名古屋
名古屋市中区錦1-16-20
INAX名古屋ショールーム2F
Tel: 052-201-1716 水曜休
●人間住宅
—環境装置の未来形—
-11/26

サブリエ・ド・ヴェリエ
名古屋市千種区山門町2-67
ナビオ覚王山B1
Tel: 052-752-0695 11/9休
●砂時計展「3度目も本気」
11/3-11/5

国際デザインセンター
名古屋市中区栄3-18-1
デザインセンタービル
Tel: 052-265-2100
●JIDAデザイナーズウィーク'99
「私のサスティナブルデザイン」
10/20-10/25
●デザインマネジメント展
10/28-11/5
●デザイン名古屋フェスティバル'99
10/30-10/31
●メタル エレメント オブ
スリーカントリーズ
11/10-11/15

キリンプラザ大阪
大阪市中央区宗右衛門町7-2
Tel: 06-6212-6578
●キリン コンテンポラリー・アワード1999
受賞作品展
10/15-11/7

サントリーミュージアム[天保山]
大阪市港区海岸通1-5-10
Tel: 06-6577-0001 月曜休
●日本のガラス2000年
-11/7

INAXギャラリー大阪
大阪市西区新町1-7-1
INAX大阪ショールーム2F
Tel: 06-6539-3518 水曜休
●道具の心理学—いまモノ語りが始まる—
-11/26

CREAM ROOM
大阪市西区江戸堀1-23-12 Boo高木ビル2F
Tel: 06-6445-1239 日曜・祝日休
●30/ワタクシゴト展
10/19-10/29

DDDギャラリー
大阪市北区堂島浜2-2-28
堂島アクシスビル1F
Tel: 06-6347-8780 土・日曜・祝日休
●スコット・マケラ［WIDE OPEN］
-10/20

アジア太平洋トレードセンター/ATCホール
大阪市住之江区南港北2-1-10
Tel: 06-6346-2612
●第9回国際デザイン・フェスティバル
国際デザイン展'99
-10/13

清凉山霊源寺透静庵 Gallery ○
京都市北区西賀茂北今原町41
Tel: 075-491-7975
●Go'99展覧会
10/30-11/7

神戸ファッション美術館
神戸市東灘区向洋町中2-9-1
Tel: 078-858-0050 水曜・祝日の翌日休
●モードの仕掛人たち
1/8-2/6/2000 ——— ③

丸亀市猪熊弦一郎現代美術館
香川県丸亀市浜町80-1
Tel: 0877-24-7755
●『みずのき寮からの発信』展
10/24-1/10/2000

■ ■ ■

〈**Overseas**〉

Royal Academy of Arts
Piccadilly, London W1V 0DS, U.K.
Tel: +44 171 300 8000
●**John Hoyland RA**
- 31 Oct.
●**John Soane: Architect**
- 3 Dec.
●**Van Dyck 1599-1641**
- 10 Dec.
●**Amazons of the Avant Garde: Six Russian Artists**
13 Nov. - 6 Feb. 2000

Victoria and Albert Museum
Cromwell Road, London SW7 2RL, U.K.
Tel: +44 171 938 8500
●**Designing in the Digital Age**
- 1 Mar. 2000
●**A Grand Design: The Art of the Victoria and Albert Museum**
14 Oct. - 16 Jan. 2000

The Museum of Modern Art
11 West 53 St., New York,
NY 10019, U.S.A.
Tel: +1 212 708 9400
●**Modern Starts: People**
- 1 Feb. 2000
●**Modern Starts: Places**
28 Oct. - 14 Mar. 2000
●**Modern Starts: Things**
21 Nov. - 14 Mar. 2000

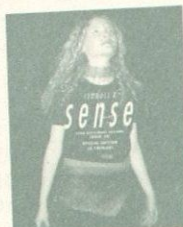
Cooper-Hewitt National Design Museum
2 East 91 St., New York,
NY 10128, U.S.A.
Tel: +1 212 849 8344
●**The Work of Charles and Ray Eames: A Legacy of Invention**
12 Oct. - 9 Jan. 2000

Whitney Museum of American Art
945 Madison Avenue, New York,
NY 10021, U.S.A.
Tel: +1 212 570 3676
●**The American Century: Art and Culture 1900-2000 Part 2/1950-2000**
- 13 Feb. 2000

Design Museum
28 Shad Thames, London SE1 2YD
U.K
Tel: +44 171 378 6055
●**Conran Foundation Collection 1999**
4 Nov. - 5 Dec.
●**Design-Process, Progress, Practice**
21 Oct. - 20 Feb. 2000

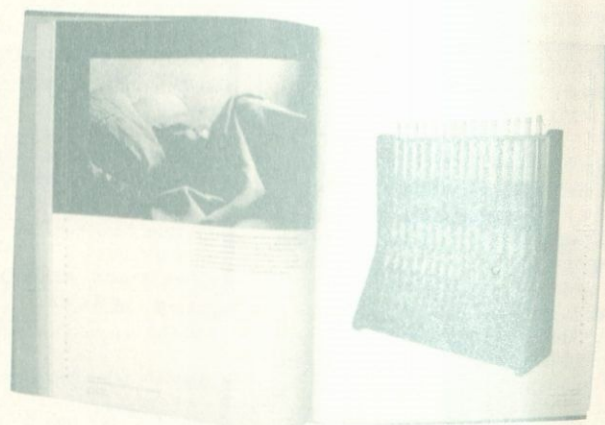
Vitra Design Museum
Charles-Eames-Str.1
D-79576 Weil am Rhein, Switzerland
Tel: + 49 7621 702 35 78
●**Automobility - What Moves Us**
- 9 Jan. 2000

⑥

⑦

⑧

⑨

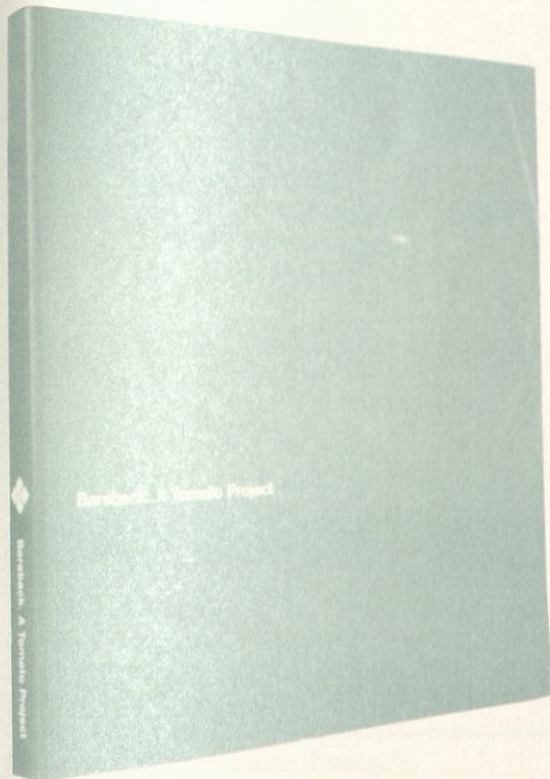
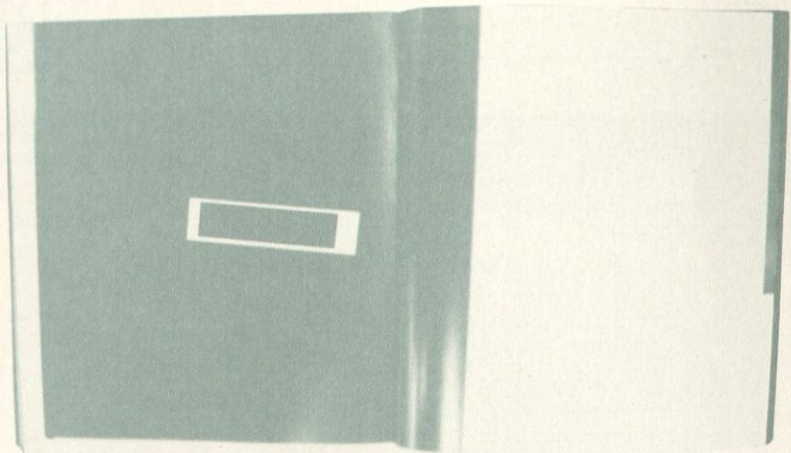
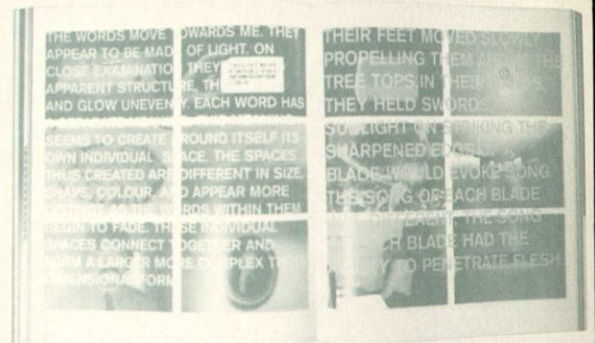
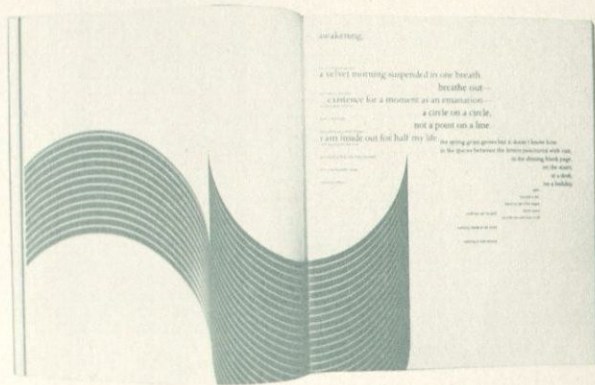
⑩

■Young British Art : The Saatchi Decade編
デザイン：Jonathan Barnbrook and Jason Beard
発行：Booth-Clibborn Edition
体裁：24.3X31.6cm，615ページ
定価：£75.00
ISBN：1861540337

1988年，ゴールドスミス大学の学生達が，廃ビルを使って開催した，インデペンデントのグループ展「Freeze」。この展覧会は若い芸術家達の間ではほとんど伝説になっている。ロイヤルアカデミー創設以来の伝統を抱えるイギリスの美術界は極めて保守的であり，若い現代芸術家達が自分の作品を展示するスペースを見つけることすら容易でない。ギャラリーや美術ジャーナリズムも，彼らに対しては閉鎖的。良識ある多くの人にとって，彼らの作品は奇妙で気色悪いものとしか眼に映らなかった。「Freeze」はそのような状況下で，「じゃあ自分たちでやればいいじゃん」と，行動を起こす契機となった展覧会として記憶される。そのオーガナイズを行ったのが今やイギリス現代美術界のポップ・スター，ダミアン・ハーストである。以後，「アウトサイダー」とされていた芸術家達は，時にはスター気取りと揶揄されながらも，積極的に社会に自らをアピールしていく。

そして9年後。1997年，美術アカデミズムの総本山ロイヤルアカデミーで，ダミアン・ハースト，レイチェル・ウィタレッド，ジェーク&ディノス・チャップマン等，気鋭の現代作家達による「Sensation」展が開かれ，多くの観衆が詰めかけた。大部分の人にとって，これは彼ら若手作家の作品に触れる初めての機会であった。結果，この展覧会はアカデミズム，マスコミ，一般大衆を巻き込み，作品にインクを投げる人や関係者の辞職問題まで飛び出す一大騒動にまで発展した。兎にも角にも「Sensation」は，イギリスの美術界に風穴を空けた格好となる。

「Freeze」展から「Sensation」展までの9年の間，ハーストを筆頭とする若手芸術家の活動を積極的に支えたのがチャールズ・サーチである。彼はこれら新世代作家の作品をコレクションし，アビー・ロードにあるギャラリー・スペースを提供した。本書はその9年間に収集されたコレクションからなる，まさにイギリスの新世代作家達の集大成であり，600点以上の図像に，Saatchiギャラリー関連の賞賛と批判両方の記事のコピー，アーティスト達のインタビュー，豊富なインデックスが用意されている。

トータル・デザインは数々の秀作フォントやダミアン・ハーストの作品集も手がけたジョナサン・バーンブルック。表紙はいかにも彼らしいデザインである。テキストページはCourier書体をメインモチーフとし，ジョーン・スタークのアスキー・アート（テキスト文字を組み合わせて絵を書く手法）を大々的にフィーチャーしており，少しばかり意外であるものの全体を通じて面白いアクセントをつけている。

内容の重厚さに違わず片手で持つには少々厳しいが，是非手に取ってみてほしい。

■Bareback: A Tomato Project
編著・デザイン：tomato
体裁：22.8cmX24.8cm，ハードカバー，240ページ
発行：Laurence King Publishing
定価：£25.00
ISBN：1856691608

常に現代グラフィックデザインシーンの先端を行き，すでに別次元の風格を漂わせるデザイナー集団，tomato。『mmm...skyscraper, I love you』，『Process; 』に続く3冊目の作品集になる本書を，既に眼にした人も多いことだろう。
近年のアンダーワールドのブレイクと共に，彼らの仕事もマスに広く知られるようになり，周囲の注目度も今まで以上に高かったはずである。良かれ悪しかれ，多くのフォロワーがtomtoに追随し，彼らの次なる一手を求めていた。だが，周囲からの圧倒的な期待に「裏切り」をもって答えてきた彼ら流のやり方は今回も貫かれている。
tomatoの次なる回答は，これ以上進むには危うすぎる真性のエッジ感と「読む」と「見る」という行為の臨界点である。
多くの人は『bareback』のメインフィーチャーはアンダーワールドのヒットアルバム『beaucoup fish』風の抽象表現である，と半ば思いこんでいた。しかし，ページの大要を占めているのはコンクリート・ポエトリー（具体詩），散文詩，アフォリズムをはじめとするタイポグラフィの全面的な使用である。冒頭の40ページ近くは非連続的な散文の断片のタイポグラフィに，60年代のブリジット・ライリー風のオプティカル・アートが組み合わされる。アンダーワールドのジャケットで使われていた連作もそれなり盛り込まれているが，先述のページを初め，ニス（光沢のある透明な印刷）とタイポグラフィのみのページ，巻末の読まれることに拒むかのような全面ニス印刷のテキストページなど，全体に渡って極めて能動的な関与を本書は要求する。
「タイポグラフィ」と言ったが，「タイポグラフィ」はそれ以前に，一つの「テキスト」として眺められることを思い出させる。以前からその兆候はあったように，ここにいたって狭義のデザインという言葉だけで，すなわち造形面だけで彼らの活動を眺めることは不可能，と思うのは深読みのしすぎか，それともそれすら彼らの誘うところであるのか。しかし，ここでは「感性」という名のオールマイティカードはあまり通用しそうにない。次のCMの為のイメージを求めていた業界関係者は裏切られた形になる。
「宣言」や「連帯」は抜きにしてもtomato周辺は，少なくともその多彩さにおいては，70年代を最後にここしばらく耳にしない芸術運動風の熱気を年を追うごとに感じさせる。ひとつじっくりと読んでみましょうか。

余談。もしやどこかに「スネーク・ファイティング」と書いてないかと探したものの，見つかりませんでした。

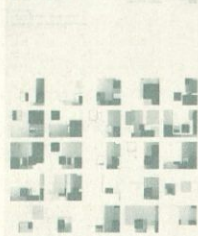
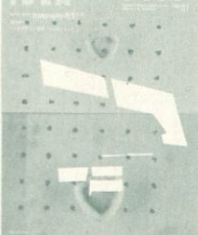
IDEA
Back Issue Information

アイデア バックナンバーのご案内

■お近くの書店でご注文ください。お近くに書店がなく，お買い求めがご不便な場合は，確実にお手元にお届けできる本の宅配システムををおすすめします。

■ご注文は，ご注文される号数，お名前，ご住所，電話番号を明記のうえ，下記の誠文堂新光社販売部あてに電話，またはFAX にてお申し込みください。(電話でのご注文受付は15:00まで。それ以降は翌日の扱いとなります。)

■商品はご注文を受けた翌日(本州·四国)，または翌々日(北海道·九州)に宅急便がお届けします。

■送料は1回のご注文につき冊数にかかわらず380円です。お支払いは，宅急便の係員に本の代金に送料をプラスしてお渡しください。なお，昼間ご不在の場合は夜間指定(18:00~20:00)もできます。

ORDER

For international delivery of IDEA magazine, please contact our sales agent directly;

Nippan IPS Co., Ltd.
Iidabashi 3-11-6, Chiyodaku, Tokyo 102, Japan.
Fax: +81 (3) 3238-7944

276 Sept. 1999

特集1：中島英樹 —美しき抑圧 エディトリアル，ミュージック·パッケージ，ポスターなど代表作から最新作まで32ページで徹底紹介／ 特集 2：ミュージックパッケージに見るネクストスタンダードの予感 —147のレコード+CDジャケットから次代を考察／ディラン·ケンドルによる幾何学と情感のハイブリット空間／葛西薫／ユーモアはポスターを解放したか —サヴィニャックほか／連載：横尾忠則—デザインの原ヴィジョン／連載とし込み付録 4：大竹伸朗

Special Feature1: Hideki Nakajima —exquisite restraint／Arrival of the Next Standard in Music Package —147 record+cd jackets／Refrection Overflowed —Dylan Kendle／Kaoru Kasai —Cue／Did Humour Release Posters ? ~Raymond Savignac, Herbert Leupin, Bernard Villemot etc.／Series Part4: Tadanori Tokoo - Source Vision of Design／Serial Bound-in Magazine Supple-ment-Part 4: Shinro Ohtake

275 July 1999

特大号 Special Issue：typography-ex. [pt.2]

デジタル世代の新たなデザイナーとタイポグラフィック·デザインを世界中からピックアップ，検証する。

Neville Brody／Why Not Associates／The Attik Design Inc.／tomato／Jonathan Barnbrook／v23／Vince Frost／Stuktur Design／The Designers Republic／STILL／automatic／Johnson & Wolverton／Imaginary Forces／Stefan Sagmeister／Charles S. Anderson／Chip Kidd／Pablo Medina／House Industries／David Carson／52mm／MAKELA／Koeweiden Postma Associates／Ilja Sallacz／Cornel Windlin／Ralph Schraivogel／cyan／Graphic Havoc avisualagency／Robert Bergman-Ungar／Tristan Pranyko／Hajime Tachibana 立花ハジメ／Hideki Nakajima 中島英樹／Katsunori Aoki 青木克憲／Noriyuki Tanaka タナカノリユキ／Namaiki 生意気／Ichiro Higashiizumi 東泉一郎／Fumio Tachibana 立花文穂

連載：横尾忠則 第3回／連載とし込み付録3：大竹伸朗

Series Part 3: Tadanori Tokoo／Serial Bound-in Magazine Supple-ment-Part 3: Shinro Ohtake／etc.

274 May 1999

特大号 Special Issue：typography-ex. [pt.1]

今日のタイポグラフィ・ムーヴメントの源泉である今世紀におけるタイポグラフィのイクスペリメント，先人たちのタイポグラフィにおける実験的系譜を完全網羅。

Futurism／Dada／Kurt Schwitters／Destijl／El Lissitzky／Aleksandr Rodchenko／Russia Avantgard - Constructivism／Dada-Constructivism／Bauhaus／Bauhaus-László Moholy-Nagy／Piet Zwart／E.McKnight Kauffer／Charles Loupot／A.M. Cassandre／Jan Tschichold／Max Bill／Josef Müller-Brockmann／Emil Ruder／Armin Hofmann／Max Huber／Wolfgang Weingart／Bruno Monguzzi／Tissi & Odermatt／Giovanni Pintori／Reid Miles／Rhythmic／Psychedelic／Milton Glaser／Tadanori Yokoo／Kiyoshi Awazu／Saul Bass／Masayoshi Nakajo／Gielijn Escher／Kijuro Yahagi

連載：横尾忠則 第2回／連載とし込み付録2：大竹伸朗

Series Part 2: Tadanori Tokoo／Serial Bound-in Magazine Supple-ment-Part 2: Shinro Ohtake

273 Mar. 1999

特集1：ビョーク vs ミー·カンパニー—サウンド&デザイン=ミー·カンパニーによるビョークのイメージクリエイティヴ／最先端を行く特殊効果映像：Smoke and Mirrors productuins Limited／デザインとインサツ：北川一成／EXIT metal work supply／新連載：横尾忠則—デザインの原ヴィジョン／ 特集 2：ドイツデザインコミュニティの中核—grappa design-grappa.blotto, grappa.dor, cyan／連載とし込み付録1：大竹伸朗

Special Feature1: Björk vs Me company-Me Company's image creation for Björk／The Strongest Elite in the Post-Production Industry: Smoke and Mirrors productions Limited／Design and Printing, : Issay Kitagawa／EXIT metal work supply／Series Part1: Tadanori Tokoo - Source Vision of Design／Special Feature 2: At The Center of The German Design Community: grappa design -grappa.blotto, grappa.dor, cyan／Serial Bound-in Magazine Supple-ment-Part 1: Shinro Ohtake

272 Jan. 1999

特集：社会的テンションとヴィジュアル・インパクト—リシツキー，ロドチェンコらによる「USSR」の全貌，ジョン·ハートフィールドのフォトモンタージュなど，1920~90年代までのインパクトポスターを検証／第5回メキシコ国際ポスタービエンナーレ／Johnson & Wolverton [U.S.A.]／groovisions／スペシャルブックレビュー：「Why Not?」

Special Feature : Visual Impacts and Social Tensions—Lissitzky, Rodchenko, J. Heartfield etc.／The 5th International Biennal of Poster in Mexico／Johnson & Wolverton／A Special Book Review: "Why Not?" etc.

271 Nov. 1998

特集：デヴィッド・カーソン"ムーヴィン・オン"／立花文穂／佐藤可士和／第18回ブルノ国際グラフィックデザイン·ビエンナーレ1998／Claudia Schmauder／アメリカ・ショービズ界を活性化する若手デザイナー：Alexei Tylevich／新作特集：矢萩喜従郎の"隠された視覚世界"

Special Feature : DAVID CARSON "moving on"／Fumio Tachibana／Kashiwa Sato／The 18th International Biennale of Graphic Design Brno 1998／Claudia Schmauder／Alexei Tylevich／A Special Feature on New Works: "Hidden Visual World" of Kijuro Yahagi

270 Sept. 1998

特集：タイポグラフィの行方—Special Feature: What's New in Typography

Virus: Jonathan Barnbrook／[T-26]: Carlos Segura／Eric Lin, Mário Feliciano, Peter Bruhn, Stephen Farrell, Frank Heine: [T-26]／Eyesaw Fontz: Dirk Uhlenbrock／Edward Fella／House Industries／Elliott Peter Earls／Thomas Müller／P. Scott Makela／Thirst: Rick Valicenti／Paul Sych, Patrick Giasson, Magnus Rakeng, Frank Ford: Thirstype／The Attik Design／Scott Clum／Plazm Media／Pete McCracken, Marcus Burlile, Pablo Medina: Plazm Fonts／Charles Wilkin: Plazm Fonts/Prototype／Kyle Cooper／Jonathan Hoefler: Hoefler Type Foundry／Jeffery Keedy／Festival D'affiches De Chaumont 1998／The 16th Biennale in Warsaw

SOLD OUT

269 July 1998

特集：抽象表現の現在—Tomato，David Carson，矢萩喜従郎，大竹伸朗，平野敬子／デザインの世紀展／世界へのイメージビジュアルをディレクションするユニット：アブード•ソダーノ／1998東京タイポディレクターズクラブ（TDC）賞／N.Y.を中心に活躍する藤井禎史のデザイン·プロセス

Special Feature : Abstract Expressions Today—Tomato, David Carson, Kijuro Yahagi, Shinro Ohtake, Keiko Hirano／Le Siecle du Design／ABOUD•SODANO／Tokyo Typedirectors Club 1998 Annual Award／Visual Insight - creative approach from New York: Teiji Fujii

定期購読のご案内

■毎号確実にアイデアをお届けできるよう，お近くの書店に定期購読としてお申し込みください。お近くに書店がなく，ご不便な場合は下記の方法で誠文堂新光社まで直接お申し込みください。ご入金が確認されしだい最新号からお送りいたします。年間購読料は直接お申し込みいただいた場合19,790円(送料·税込)です。書店でお申し込みの場合は送料が不要です。

■年間購読料を郵便振替でご送金ください。振替口座は00170-6-6294加入者は(株)誠文堂新光社です。振替用紙に，お名前，ご住所，お電話番号，通信欄に雑誌名(アイデア)とご明記ください。ご送金から年間契約完了まで10日ほどかかります。

ご注文は下記にご用命ください。

株式会社 誠文堂新光社 販売部
〒113-0033 東京都文京区本郷3-3-11 IPBビル1F
TEL: 03-5800-5780 FAX: 03-5800-5781
営業時間 月曜日~金曜日(祝日を除く) 9:30~17:30

小社ショールームのご案内

■小社販売部のショールームが本社1階にオープンしました。『アイデア』をはじめとする小社発行の雑誌はもちろん，新刊・既刊の書籍を取りそろえております。お近くの書店で入手困難な商品がございましたらお気軽にご利用下さい。なお，バックナンバーをお求めの際は品切れの場合もございますので，あらかじめお電話での確認をお願いいたします。

■所在地および電話番号は，上記小社販売部と同じです。

■交通：JRお茶の水駅より徒歩8分，地下鉄丸の内線お茶の水駅より徒歩5分，地下鉄千代田線新御茶ノ水駅より徒歩10分
**駐車場は完備しておりませんのでご注意下さい。

■営業時間 10:00~17:00 (土日祝日休)

寺島まゆみ・宮井えりな
宇能鴻一郎の
貝くらべ
泉じゅん・伊藤京子
天使のはらわた
赤い淫画
桂木麻也子・柄本明
天使のはらわた
赤い眩暈
800円・割引は各々100円引
画座
TEL
(601)
3350

26
にっかつ週
高橋めぐみ・中
ストッキング暴
ぶち込
27
6
100より竜頭を飾る石井隆特集
ファンが選んだアダルトシネマベスト
岸加奈子・中
赤い
果てるま
水原ゆう紀・水
天使のはらわた
赤い
御入場料金・一般1.000円・学生
7590
7

IDEA No. 277 Shiro Ohtake : Serial Bound-in Magazine Supplement - Part 5 "KAMEARI MOVIE THEATER I" charcoal, offset H77.2 X W51.8 cm 1999

DESIGN:KAZUMASA NAGAI

マーメイド

デジタルフォントの世界水準

時代のスタンダード

FONTFONTはNeville Brody, Max Kissman, Erik Spiekermanなど
世界を代表するトップタイポグラファーよる
まったく新しいフォントシリーズです。
1000を超えるオリジナル書体群に加えて
年4回、最大40ファミリーの新書体を発表していきます。
まずは、FONTFONT LIBRARY（価格1,500円（税別））をご購入ください。
また、デジタローグのホームページ上にもフォントファインダーが展開中です。

font pavilion

日本発ネオタイポグラフィー

時代の文字の記録として発刊を開始したフォント・パビリオンシリーズ
最新のフォントが満載されています。
現在9巻まで発売中！大好評続刊中！
2000年より海外での発売も開始いたします！
ハイブリッドCD-ROM 価格6,800円

FONTWORLD EXPO 2000

公募中！

世界で唯一のオリジナルフォント公募展、FONTWORLD EXPOが今年も開催されます。
前回は実に500に及ぶオリジナルフォントがエントリーされました。
この公募展は無審査のアンデパンダン展です。
エントリーされたフォントはすべてデジタローグギャラリーに展示、販売されます。
また、選抜されたフォントは、その時代の記録としてCD-ROM「フォント・パビリオン」
に収められ、広く流通販売されます。奮ってご応募ください。

応募用紙のお取り寄せ、お問い合わせはデジタローグまで。

通信販売 http://www.digitalogue.co.jp http://www.divo.co.jp

DIGITALOGUE

株式会社デジタローグ 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前3-36-20 TEL.03-5474-7741 FAX.03-5474-7744

T1101429112912

定価2910円　本体277 円　Printed in Japan　雑誌014　11